

04

Los efectos ambientales del comercio.

04.1 Incidencia ambiental del comercio y sobre la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana. Consideraciones previas.

El comercio urbano juega un papel fundamental en el diseño y construcción de ciudades sostenibles, ya que representa una de las formas de comercio menos intensivas en el uso de recursos.

La evaluación del impacto o incidencia se realiza en base al estudio de determinados parámetros, algunos de ellos interrelacionados, como son las emisiones y contaminación atmosférica, la generación de residuos comerciales y la contaminación de las agua, lumínica y acústica.

Para todas las actividades no residenciales en general, y por lo tanto también para las comerciales, existe la obligatoriedad de control del impacto de las actividades sobre el medio ambiente, el cual se evalúa por medio de un procedimiento administrativo obligatorio sin el cual no se puede iniciar la actividad sometida a control. El control de las instalaciones y equipos tiene por objeto clasificar el nivel de perturbación y contaminaciones que puede producir el desarrollo de la actividad, comparar dichos niveles con los umbrales legalmente tolerados y establecer las medidas preventivas que sean necesarias para garantizar que no se superarán dichos valores máximos permitidos.

La legislación vigente en la Comunitat al respecto es la **Ley 2/2006 de prevención de la contaminación y calidad ambiental** que articula su reglamentación en base a tres instrumentos de intervención como medios de control para garantizar un medio ambiente adecuado.

Instrumentos de intervención desarrollados por la Ley de prevención de la contaminación y calidad ambiental.	
Autorización Ambiental Integrada	Para las actividades que prevé el anexo I y II de la Ley y cuya competencia para su concesión corresponde a la Administración Autonómica.
Licencia Ambiental	Para las actividades que no requieran autorización ambiental integrada. La competencia para la concesión de estas licencias corresponde a los ayuntamientos.
Comunicación ambiental	Para aquellas actividades que no se integren ni en las autorizaciones ambientales integradas ni en las licencias ambientales. La competencia para la concesión de este instrumento corresponde a los ayuntamientos.

Esta forma de regular el control de los impactos de las actividades no tiene en cuenta y consideración territorial, obviando que una misma actividad de un mismo tamaño, ocasiona impactos muy diferentes en función del ámbito territorial en el que se desarrolle, y por lo que respecta a las actividades comerciales, su incidencia sobre el medio no se puede valorar de igual forma en todos los contextos, ya sean urbanos consolidados, periferia urbana, medio rural o litoral.

Una primera distinción debería diferenciar entre comercio de proximidad, comercio local y comercio de atracción, ya que esta clasificación permite identificar los impactos de forma más ajustada a la realidad que la mera distinción entre formatos comerciales por tamaño y grupo de actividad, al considerar su nivel de influencia territorial.

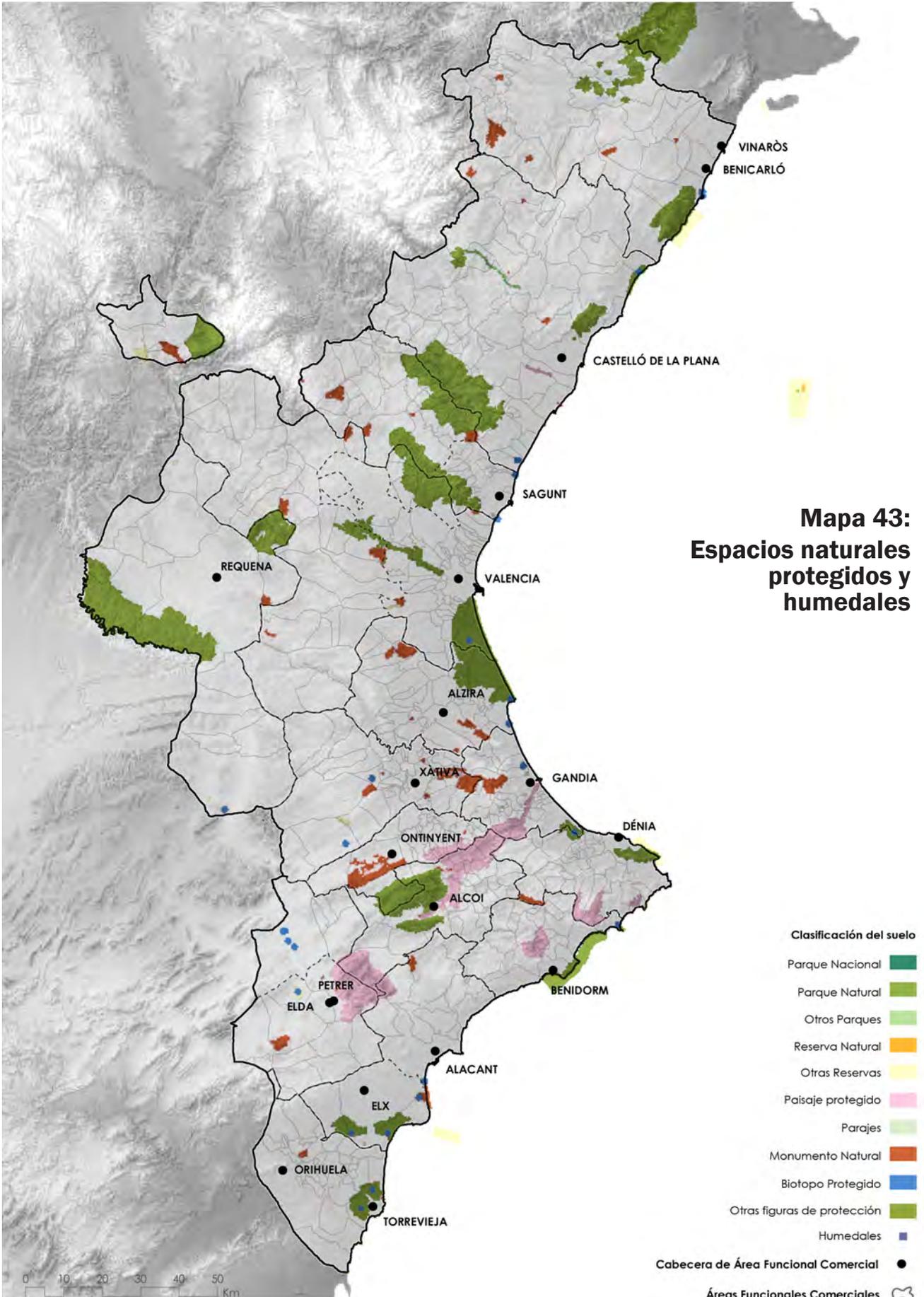
El comercio de proximidad es aquel que satisface la adquisición de bienes básicos de primera necesidad alimentarios y de consumo cotidiano de reducida entidad, ubicado en el tejido urbano estrechamente relacionado con el resto de funciones urbanas que se desarrollan a su alrededor y de forma complementaria.

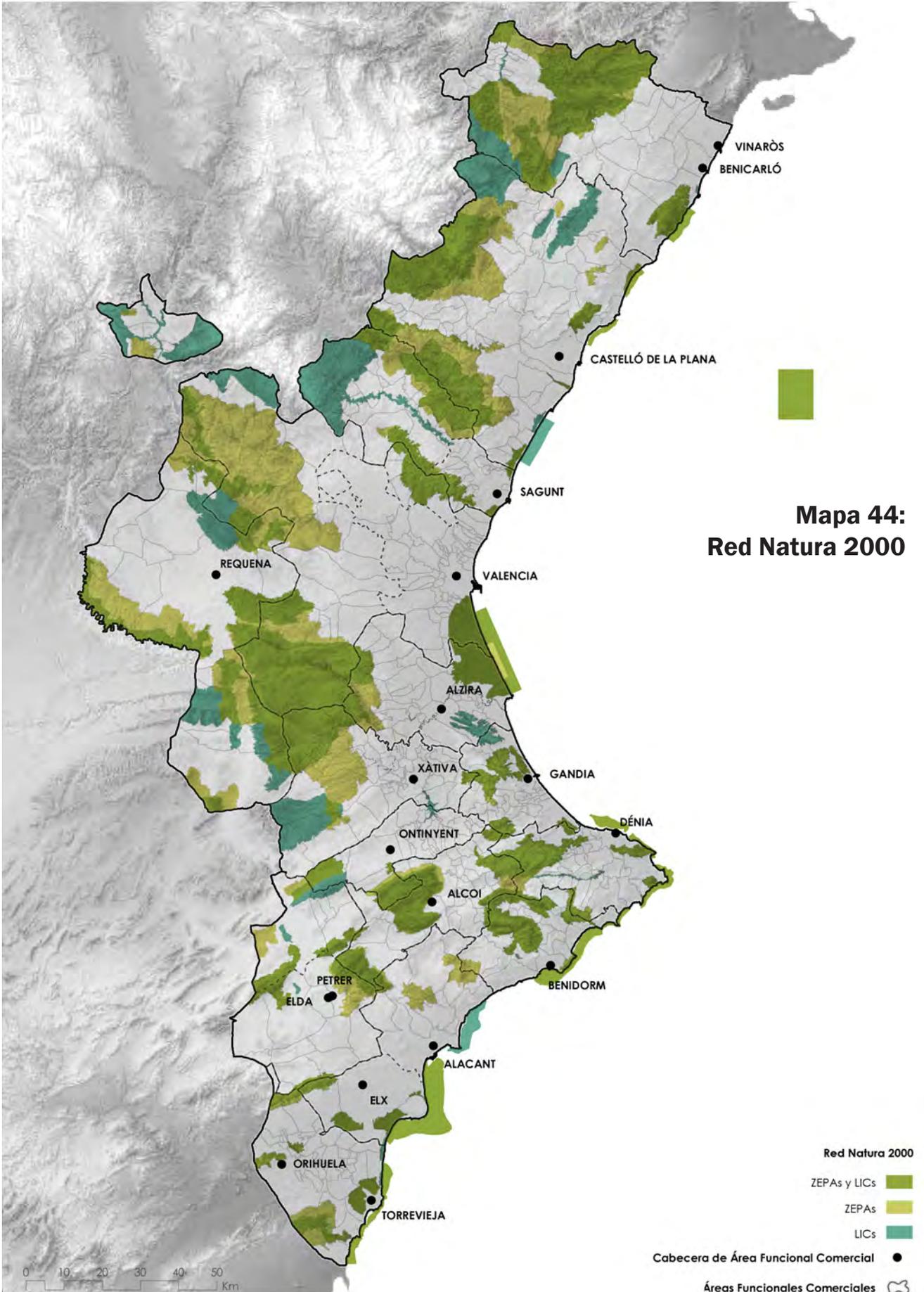
El comercio local está formado por establecimientos comerciales minoristas de alimentación y bienes de equipamiento personal y del hogar con mayor capacidad de atracción y tamaño que el comercio de proximidad, y su radio de influencia es mayor, con una cobertura a escala de unidades funcionales urbanas diferenciadas (pequeños municipios, barrios dentro de un centro urbano, en la periferia urbana o suburbana). Suele tratarse de grandes cadenas de distribución que repiten el mismo formato con los mismos servicios en cada una de las unidades funcionales urbanas en las que se localizan.

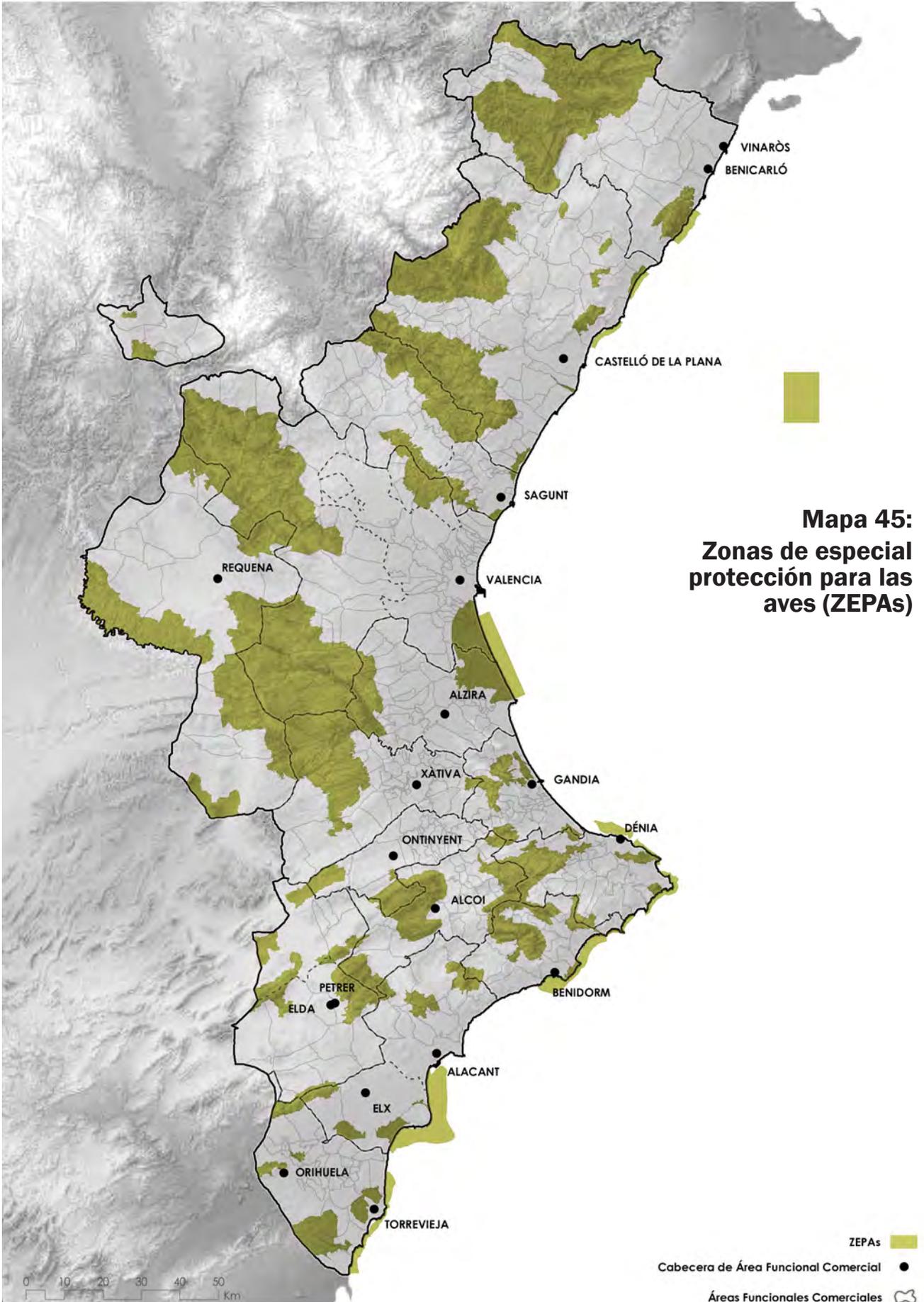
El comercio de atracción está formado por conjuntos de establecimientos minoristas integrados que gravitan en torno a una gran superficie polivalente que actúa como locomotora, en una localización periférica y de máxima accesibilidad a las redes arteriales urbanas o metropolitanas.

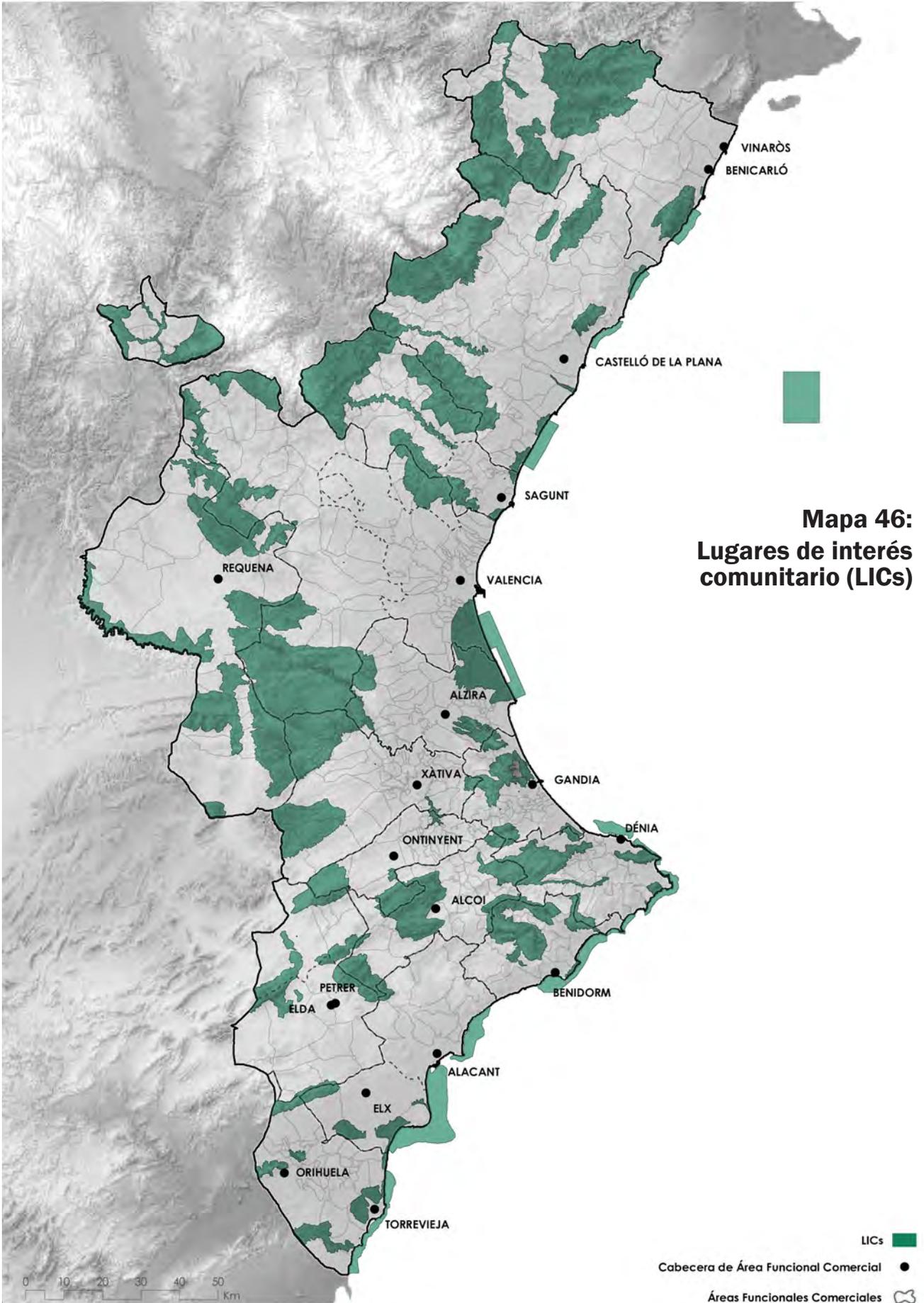
La siguiente tabla sintetiza la distinta consideración que un mismo formato comercial tiene en función del ámbito territorial en el que se ubica, lo que pone de manifiesto la inoperatividad de la clasificación por formatos comerciales a la hora de evaluar los impactos. Es por ello que el análisis pormenorizado de la incidencia de la actividad comercial sobre la denominada infraestructura verde del territorio se va a realizar atendiendo a esta triple consideración del comercio: de proximidad, local y de atracción.

Precharacterización comercial en función del formato comercial y el ámbito territorial en el que se ubica.						
Formatos comerciales	Ámbitos territoriales					
	Medio urbano			Sistema rural		Sistema litoral
	Centro urbano consolidado	Periferia urbana	Periferia suburbana	Polaridad comarcal	Polaridad comarcal complementaria	
Grandes superficies (hipermercados, grandes almacenes, almacenes populares, etc.)	Atracción	Atracción	Atracción	Atracción	-	Atracción
Agrupaciones comerciales (centros comerciales, parques comerciales, grandes superficies especializadas, etc.)	-	Atracción	Atracción	Atracción	-	Atracción
Agrupación de superficies medias (mercados municipales, galerías comerciales, etc.)	Local	Local	Local	Atracción	Atracción	Local
Superficies comerciales medias (supermercados, tiendas de conveniencia, etc.)	Local	Local	Local	Atracción	Atracción	Local
Pequeño comercio (tienda tradicional, autoservicio, etc.)	Proximidad	Proximidad	-	Proximidad	Local	Proximidad









04.1.1 Incidencia en la Infraestructura verde: Medio ambiente, espacios naturales, paisaje, sistema rural y patrimonio cultural.

Tal y como indica la Directriz 38 de la ETCV y la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje, los espacios que integran la Infraestructura Verde de la Comunitat Valenciana son los siguientes:

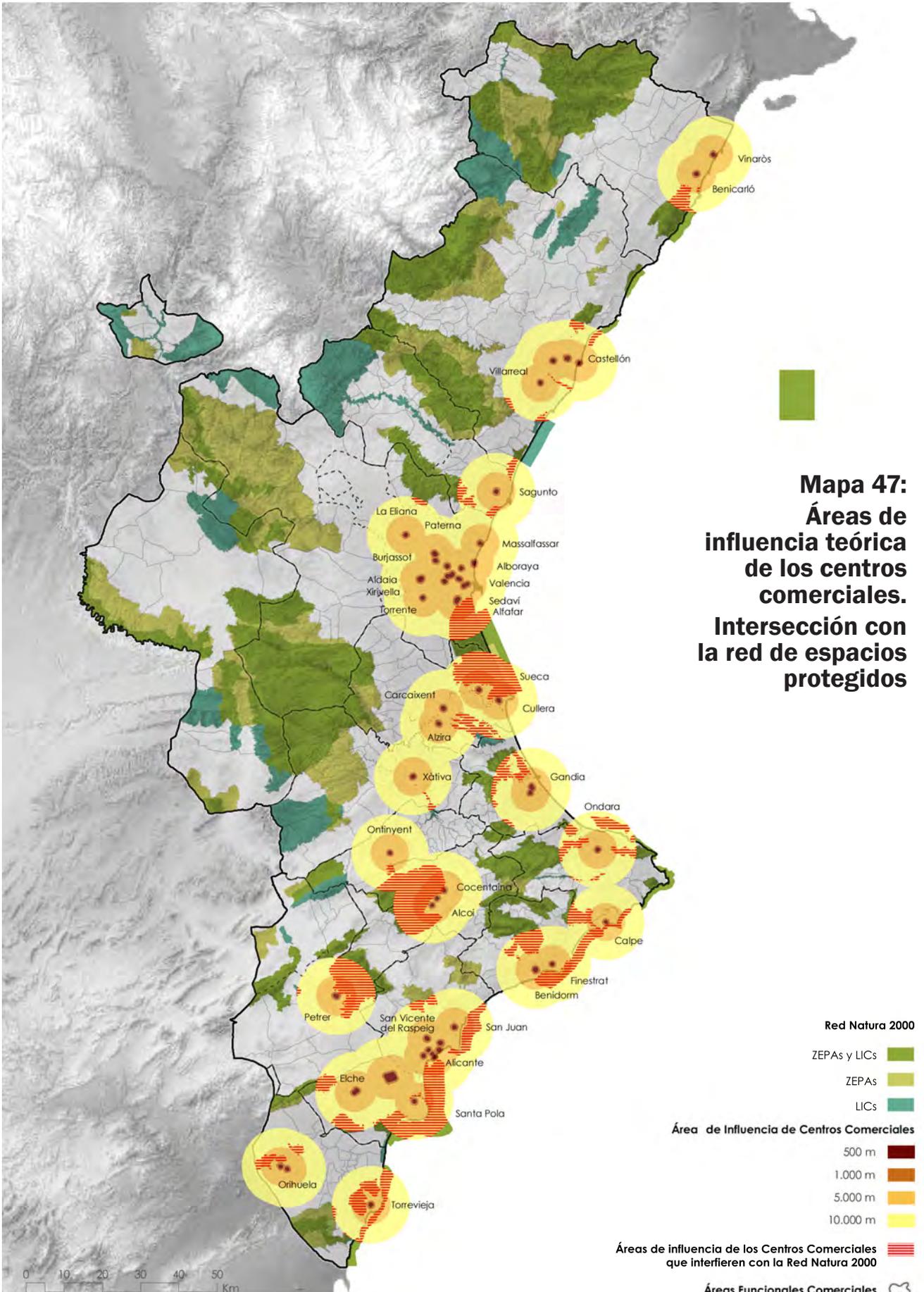
- Los espacios que constituyen la Red Natura 2000 en la Comunitat Valenciana, designados o declarados de conformidad con lo establecido en la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y Biodiversidad.
- La red que comprende los espacios naturales protegidos declarados como tales de conformidad con la Ley 11/1994 de Espacios Naturales Protegidos de la Comunitat Valenciana.
- Las áreas protegidas formalmente designadas por instrumentos internacionales, señaladas en el artículo 49 de la Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y la Biodiversidad.
- Las zonas húmedas catalogadas y las cavidades subterráneas incluidas en el correspondiente catálogo, tal y como se prevé en la Ley 11/1994 de Espacios Naturales Protegidos de la Comunitat Valenciana.
- Los montes de dominio público y de utilidad pública o protectores que se encuentren incluidos en el correspondiente catálogo, así como los terrenos que sean clasificados como áreas de suelo forestal de protección en el Plan General de Ordenación Forestal de la Comunitat Valenciana.
- Los espacios litorales de interés ambiental y cultural que no se encuentren incluidos en ninguno de los supuestos anteriores.
- Los espacios de interés cultural a los que se refiere el artículo 21.3, de la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje.
- Las zonas que se encuentren sometidas a riesgo de inundación, riesgo significativo de erosión o contaminación de acuíferos o riesgo natural e inducido significativo de acuerdo con lo establecido al respecto en la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje y, en su caso, por un Plan de Acción Territorial confeccionado al efecto.
- Las áreas en las que el planeamiento territorial, ambiental y urbanístico, en desarrollo de la Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje y de las respectivas normativas sectoriales, establezca explícitamente como adecuadas para su incorporación a la mencionada infraestructura verde.
- Los espacios de la zona marina, teniendo en cuenta que la delimitación, ordenación y gestión de los mismos deberá hacerse de forma conjunta con los terrenos litorales a los que se encuentren asociados.
- Las áreas, espacios y elementos que garanticen la adecuada conectividad territorial y funcional entre los diferentes elementos constitutivos de la infraestructura verde, con especial referencia a las áreas fluviales y los conectores ecológicos y territoriales.

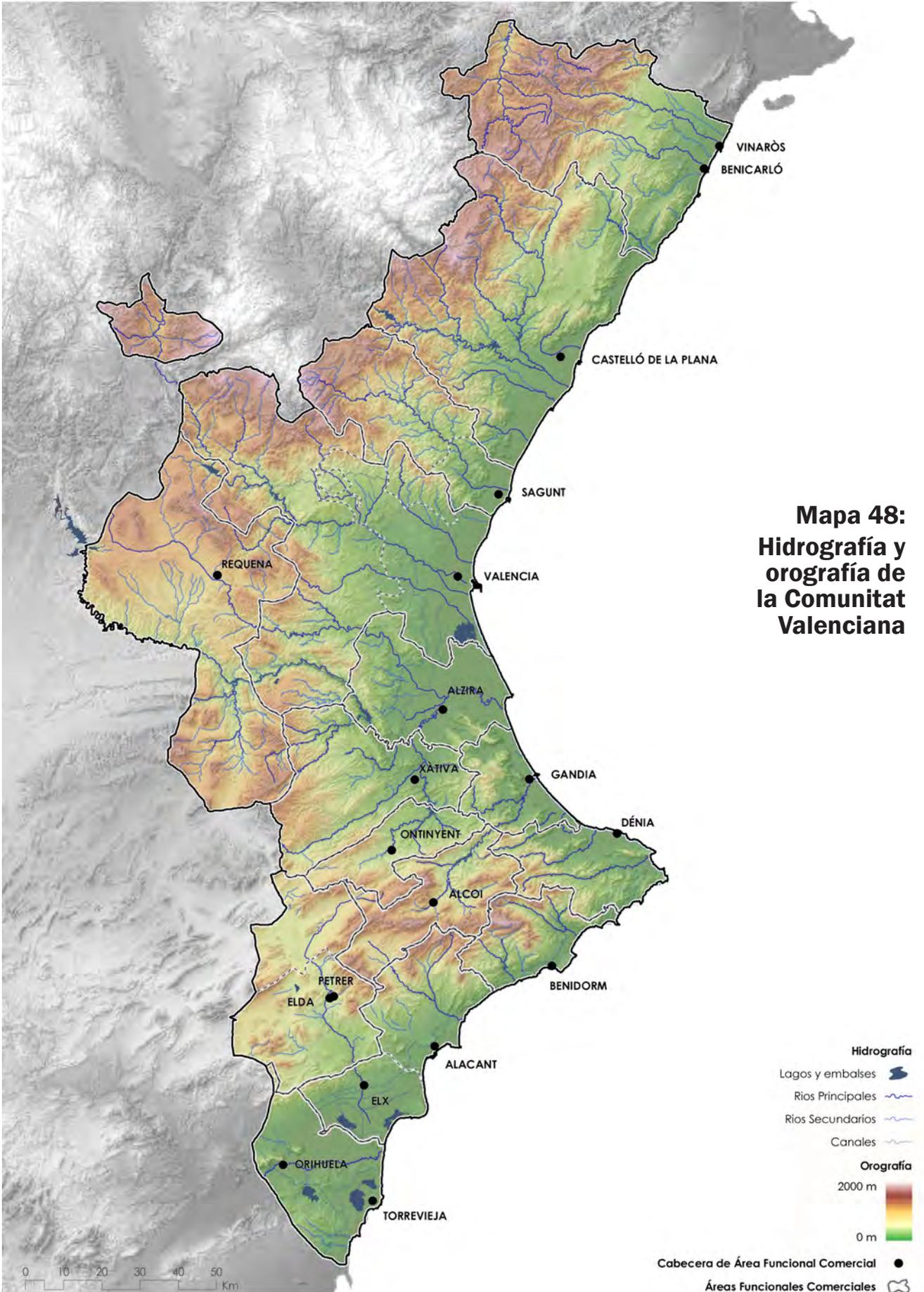
Efectos sobre el medio ambiente.

Como ya se ha puesto de manifiesto, la actividad comercial tiene una incidencia notable sobre el territorio, y por lo tanto también sobre el conjunto de la infraestructura verde y el medio ambiente en particular.

La evaluación del impacto o incidencia medioambiental del comercio se debe realizar en base al estudio de determinados parámetros, algunos de ellos interrelacionados, como son:

- Las emisiones y contaminación atmosférica relacionadas con el consumo de energía, la movilidad generada, etc.





- La generación de residuos comerciales.
- La contaminación de las aguas.
- La contaminación lumínica.
- La contaminación acústica.

Antes de pasar al análisis pormenorizado de cada uno de estos parámetros, cabe recordar que existen una serie de aspectos vinculados al desarrollo de la actividad comercial que representan las principales causas de fricción y desajuste en su relación con el medio ambiente:

- Proliferación de grandes superficies comerciales periféricas que perpetúan modelos de desarrollo insostenibles y que conducen a la fragmentación del territorio.
- Incremento de la movilidad generada como consecuencia de los modelos de desarrollo comercial y residencial creados.
- Impacto de las actividades comerciales sobre el paisaje como consecuencia de la ausencia de una planificación adecuada.
- Desarrollos urbanísticos comerciales incoherentes con la estrategia de sostenibilidad territorial.
- Incremento de problemas medioambientales ligados a la actividad comercial: emisiones, consumos, ruido, generación de ruido y residuos.

Efectos sobre el consumo de energía.

Según el informe “Datos Energéticos de la Comunitat Valenciana 2008” de la Agencia Valenciana de Energía, el sector servicios¹ supuso el 9,8% de la demanda final de energía en la Comunitat Valenciana, un valor 2,8 puntos por encima del de 1990 y 5,8 puntos respecto a 1980. Además, la demanda del sector servicios crece anualmente un promedio de 34,4 ktep (miles de tep) anuales desde el año 1980 y de 41,4 ktep anuales desde el año 2000. Así, por ejemplo, si la demanda final en el conjunto de la región para el año 2008 disminuyó en un 4,6% para el conjunto de sectores, en el sector servicios aumento en un 2,1%, situándose en 932 ktep.

Por consumo sectorial, 66 ktep procedieron del petróleo, 58 ktep del gas natural, 799 ktep de la electricidad y 9 ktep de fuentes renovables. Es decir, la electricidad supone el 86% de la demanda final de energía, un consumo que se incremento en un 3% entre el 2007 y 2008 y que se ha multiplicado por 1,6 desde el año 2000. Por provincias, Valencia supone el 51,3% del consumo final, Alicante el 35,5% y Castellón el 13,2% restante.

Dentro del sector de los servicios, el sector comercial posee un peso importante tanto a nivel económico como a nivel energético, ya que su evolución está íntimamente ligada al nivel del consumo energético y al gasto económico que este le supone, contando, en general, con importantes tasas de ineficiencia en términos energéticos. Los ámbitos donde el comercio puede hacer mayores mejoras en ahorro energético son, sobre todo, en iluminación, acondicionamiento térmico y refrigeración.

La intensidad energética de un comercio al por menor varía según la tipología comercial y está influenciada por distintas condiciones ambientales y específicas del local, tales como el número de horas de trabajo, el número de trabajadores, el número de cajas registradoras, así como los sistemas de climatización (calefacción y refrigeración) utilizados.

¹ El sector servicios engloba, entre otros, las infraestructuras y equipamientos públicos (hospitales, colegios, alumbrado público...), así como los establecimientos comerciales. Ambos subsectores están experimentando fuertes crecimientos en la Comunitat Valenciana. Por ello, este sector pese a la recesión económica del 2008 experimentó un incremento del 2,1% con respecto a 2007. No obstante, este incremento está muy alejado de los valores medios interanuales alcanzados por el sector en el periodo 2000-2006 que se cifró en torno al 8%.

La intensidad energética media en un comercio minorista se sitúa entre 0,3 Kwh a 1,4 Kwh por metro cuadrado de superficie. Entre un 20%-25% de la electricidad se usa habitualmente para la iluminación. En este ámbito, las mejoras no sólo reducen el consumo (entre un 30-50%), sino que también suelen mejorar su calidad. En acondicionamiento térmico, los sistemas de calefacción y refrigeración consumen aproximadamente el 38% una energía total, siendo un campo en el que la mejora de la eficiencia reporta importantes ahorros energéticos.

Hasta la entrada en vigor del Código Técnico de la Edificación (CTE) en 2006 eran muy escasas las iniciativas privadas vinculadas al sector comercial que hubieran incorporado fuentes de energía renovables para generar parte de la energía requerida, aún disponiendo, como consecuencia de su propia ubicación y características formales, de grandes superficies cubiertas planas con condiciones óptimas de asoleamiento en las que poder albergar paneles fotovoltaicos, así como acumuladores para el calentamiento del agua sanitaria o de apoyo a los sistemas de calefacción.

El CTE en su Documento Básico de Ahorro de Energía (DB-HE) se refiere en sus apartados 4 y 5 a la contribución solar mínima de agua caliente sanitaria y a la contribución fotovoltaica mínima de energía eléctrica, respectivamente. Respecto a la primera, se indica que es de aplicación a los edificios de nueva construcción y rehabilitación de edificios existentes de cualquier uso en los que exista una demanda de agua caliente sanitaria y/o climatización de piscina cubierta, por lo que puede entenderse que no es de aplicación general para las actividades comerciales, pues la demanda de agua caliente sanitaria en estos casos es despreciable e incluso inexistente.

Por lo que respecta a la segunda, es de aplicación a los edificios comerciales a partir de una determinada superficie construida:

- Hipermercados de más de 5.000 m² construidos.
- Multitienda y tiendas de ocio a partir de 3.000 m² construidos.

Los edificios que cumplan estos requisitos deben realizar una instalación solar fotovoltaica conectada a la red, constituida por un conjunto de componentes encargados de realizar las funciones de captar la radiación solar, generar energía eléctrica y adaptarla a las características que la hagan utilizable para los requisitos de consumo último. La potencia que debe instalarse se determina para cada uso en función de la zona climática en la que se emplaza el edificio, de su orientación, grado de exposición, etc.

Comercio de proximidad.

Aunque el impacto individual generado por un comercio de proximidad sea muy reducido, tanto que en muchos casos sus consumos energéticos podrían asimilarse a los de naturaleza doméstica, el impacto conjunto de todo el tejido comercial de proximidad de un área urbana puede ser comparable al de las grandes superficies comerciales.

A esto cabe añadir la falta de coordinación en la puesta en marcha de medidas correctoras y del bajo nivel de concienciación medioambiental del colectivo.

Cabe destacar que el comercio de proximidad, por su más directa vinculación con el espacio público exterior, tiene mayor posibilidad de aprovechamiento de los efectos beneficiosos de la climatología local sobre el control climático del espacio comercial, y puede llevar a cabo correcciones sobre el mismo por medio de medidas bioclimáticas.

Comercio local.

En mayor medida que el comercio de proximidad, el comercio local conoce las ventajas del control del consumo de energía y posee mayores posibilidades de adaptación de las instalaciones e infraestructuras, garantizando soluciones de mayor ahorro y eficiencia energética.

Comercio de atracción.

El comercio de atracción, por sus propias características formales requiere mayores cantidades de energía para la puesta en marcha de sus instalaciones y para garantizar unas condiciones de confort ambiental adecuadas en los espacios interiores que lo conforman. No obstante, las grandes empresas de distribución son conscientes de las ventajas que supone la correcta gestión ambiental como una herramienta para la mejora de su competitividad, por lo que, a pesar de ser los mayores consumidores de energía, son quienes más ampliamente han comenzado a incorporar medidas para aplacar los impactos generados.

Efectos sobre la generación de residuos sólidos.

La actividad comercial es una importante generadora de residuos en dos de sus vertientes: la generación de residuos en el propio comercio (residuos comerciales) y la generación de residuos en el domicilio de los clientes (residuos domiciliarios).

Los residuos comerciales son una fracción especialmente problemática, principalmente por el gran volumen que ocupan. Cuando estos residuos se recogen conjuntamente con los residuos domiciliarios se provocan situaciones de saturación de los circuitos de recogida con impactos negativos sobre la higiene de la vía pública. Sin embargo, los residuos comerciales tienen como ventaja la mayor homogeneidad que el resto de residuos municipales y, por tanto, constituyen una fracción más sencilla de recuperar.

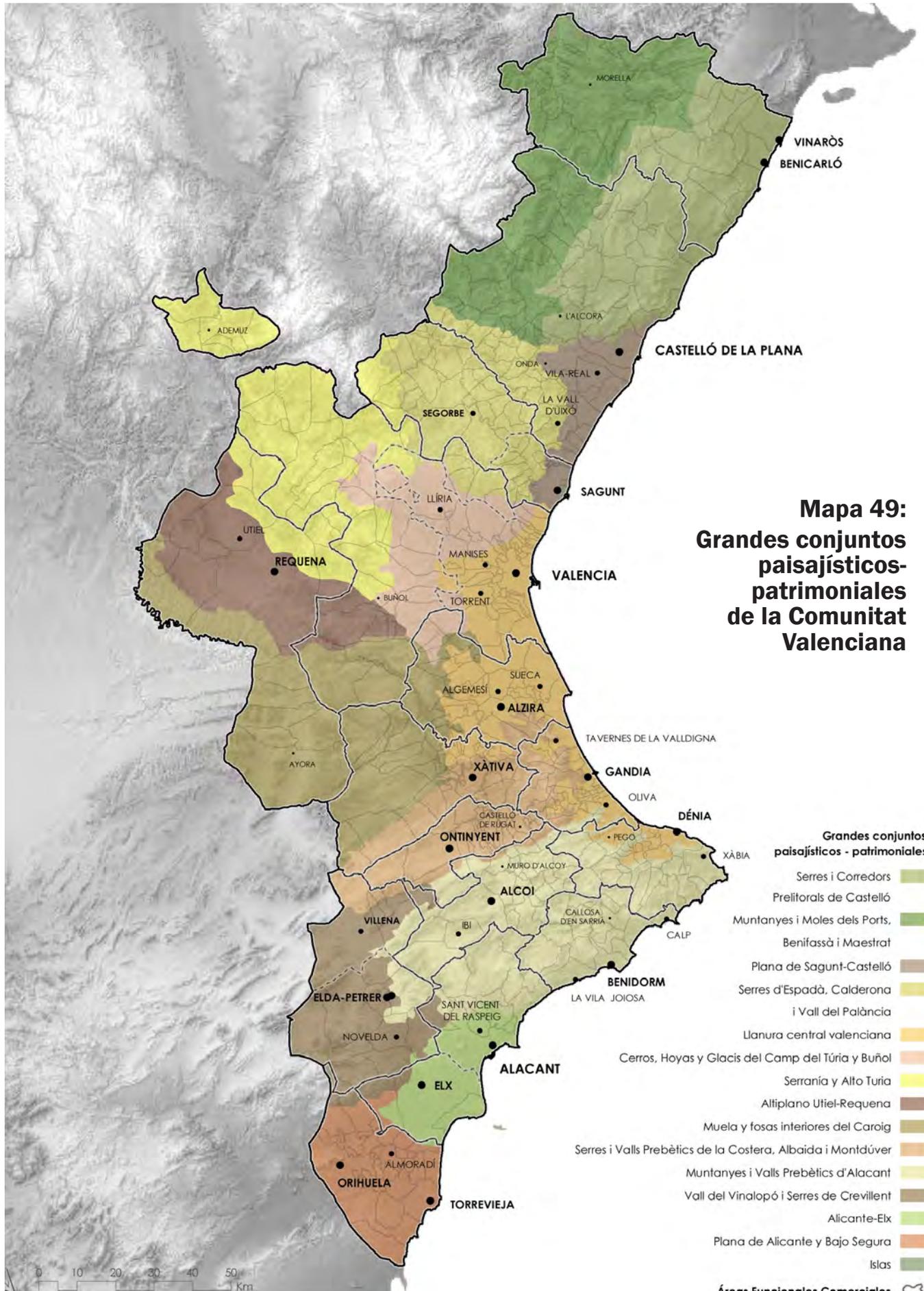
Los residuos comerciales representan más entorno a un 15-20% en peso del total de residuos municipales, pero en zonas urbanas de alta densidad comercial este valor puede incrementarse hasta alcanzar el 30% o más. Dadas las características e importancia de este tipo de residuo, la legislación sectorial define para él una gestión diferenciada.

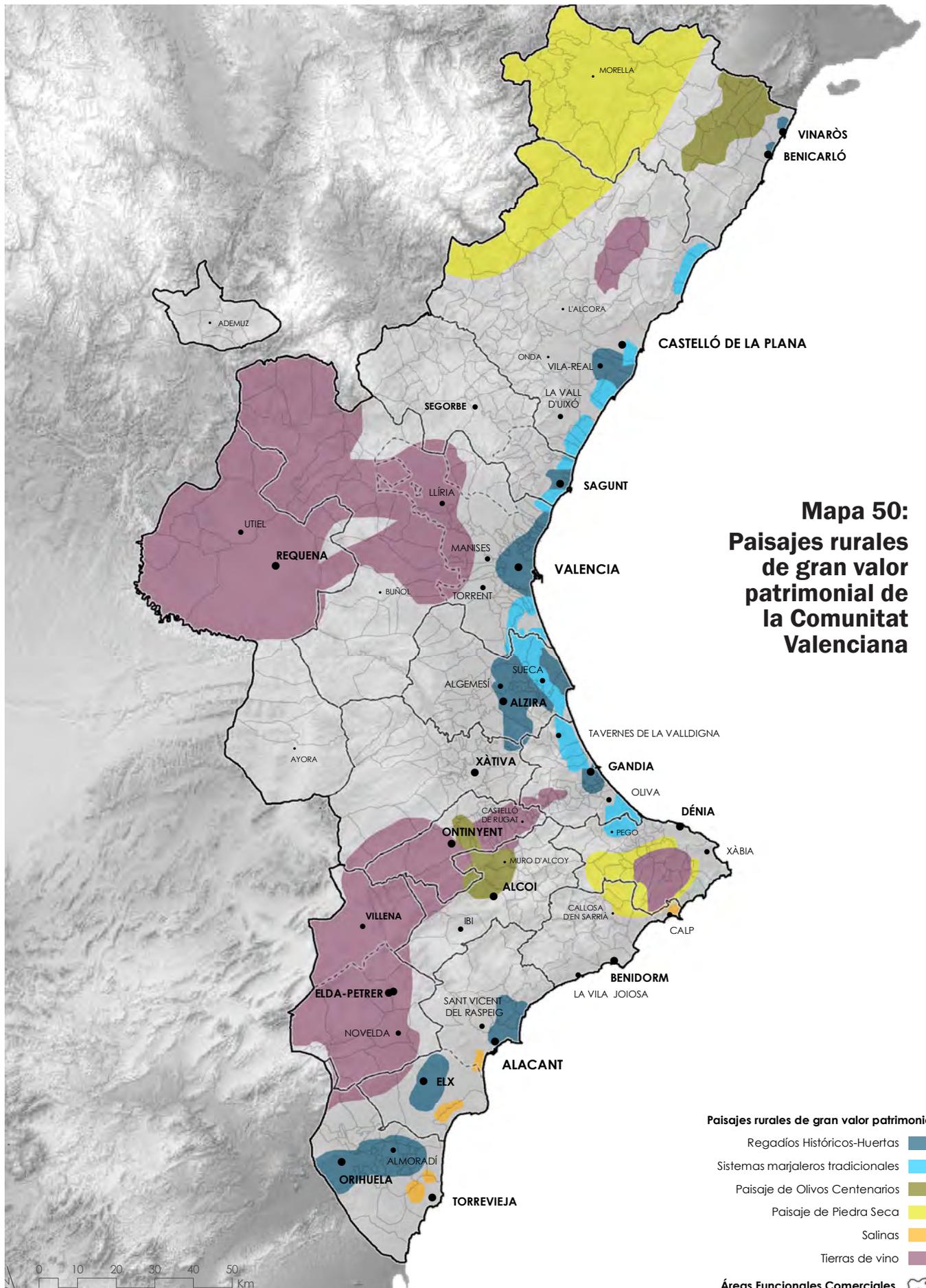
En cuanto a los plásticos desechables que se usan en embalajes, bolsas de plástico o botellas, representan casi un 40% del consumo europeo. Se estima que, en la Comunitat Valenciana se utilizan más de 1.600 millones de bolsas de plástico al año. Las bolsas de plástico comunes son fabricadas, en su gran mayoría, con polietileno (con emisiones de gases contaminantes a la atmósfera) y no son reciclables ni biodegradables, por lo que perduran intactas durante décadas. El 90% de las bolsas no son biodegradables y acaba en forma de basura en vertederos o, dado su peso liviano, vuelan de forma incontrolada contaminando ríos y mares, bosques y otros espacios naturales en los que provocan un fuerte impacto ambiental y visual.

La recientemente aprobada Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados que supone la traslación de la Directiva 2008/98/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de noviembre de 2008, sobre los residuos y por la que se derogan determinadas Directivas integrándolas en una única norma al ordenamiento jurídico español, establecer el régimen jurídico de la producción y gestión de residuos, así como la previsión de medidas para prevenir su generación y para evitar o reducir los impactos adversos sobre la salud humana y el medio ambiente asociados a la generación y gestión de los mismos. Igualmente, también por objeto regular el régimen jurídico de los suelos contaminados.

La Ley en su art. 17. 3 sobre "Artículo 17. Obligaciones del productor u otro poseedor inicial relativas a la gestión de sus residuos", dispone que *"El productor u otro poseedor inicial de residuos comerciales no peligrosos deberá acreditar documentalmente la correcta gestión de sus residuos ante la entidad local o podrá acogerse al sistema público de gestión de los mismos, cuando exista, en los términos que establezcan las ordenanzas de las Entidades Locales. En caso de incumplimiento de las obligaciones de gestión de residuos comerciales no peligrosos por su productor u otro poseedor, la entidad local asumirá subsidiariamente la gestión y podrá repercutir al obligado a realizarla, el coste real de la misma. Todo ello sin perjuicio de las responsabilidades en que el obligado hubiera podido incurrir."*

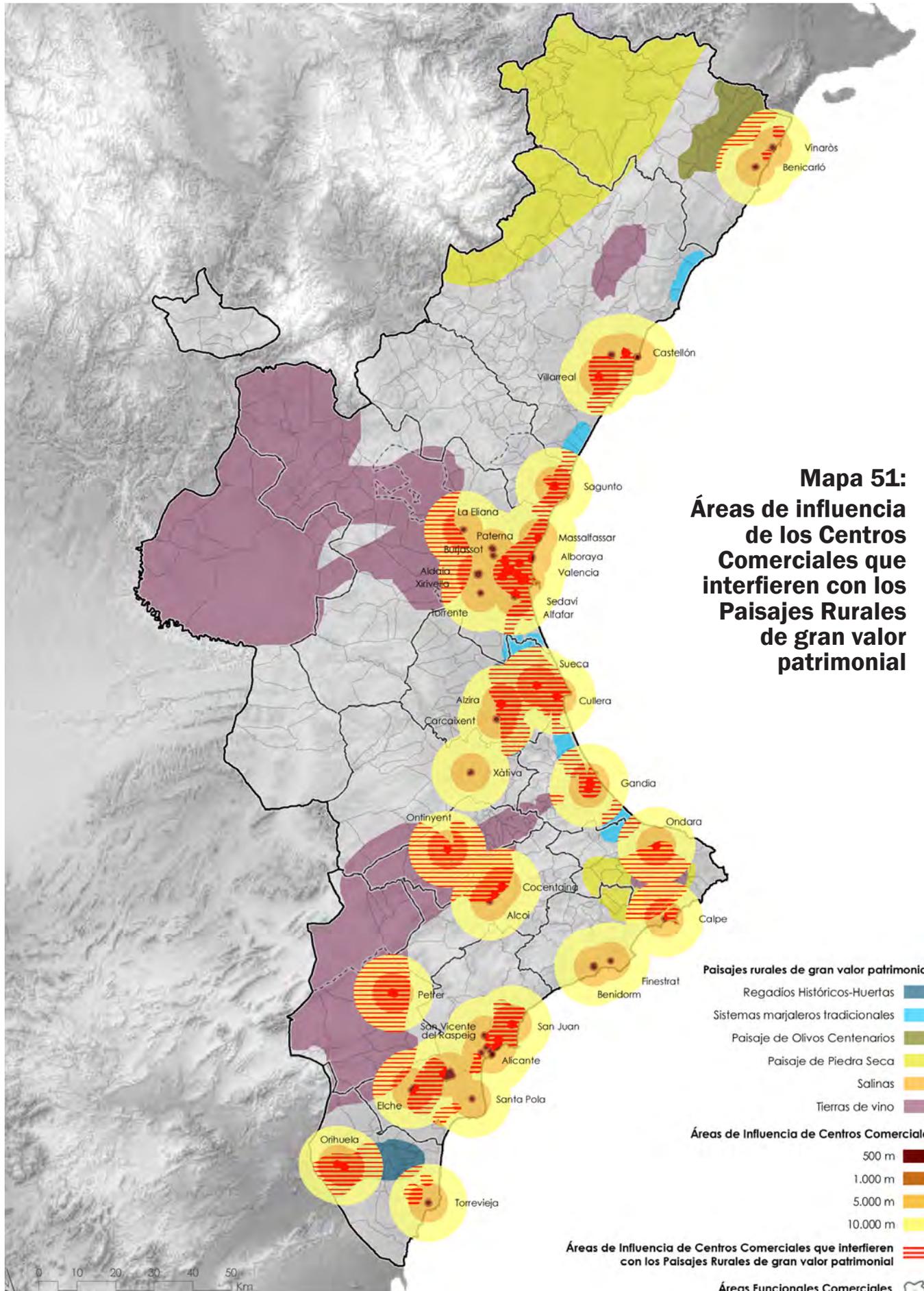
En su art. 22 a) dispone que *"Antes de 2020, la cantidad de residuos domésticos y comerciales destinados a la preparación para la reutilización y el reciclado para las fracciones de papel, metales, vidrio, plástico, biorresiduos u otras fracciones reciclables deberá alcanzar, en conjunto, como mínimo el 50% en peso."*

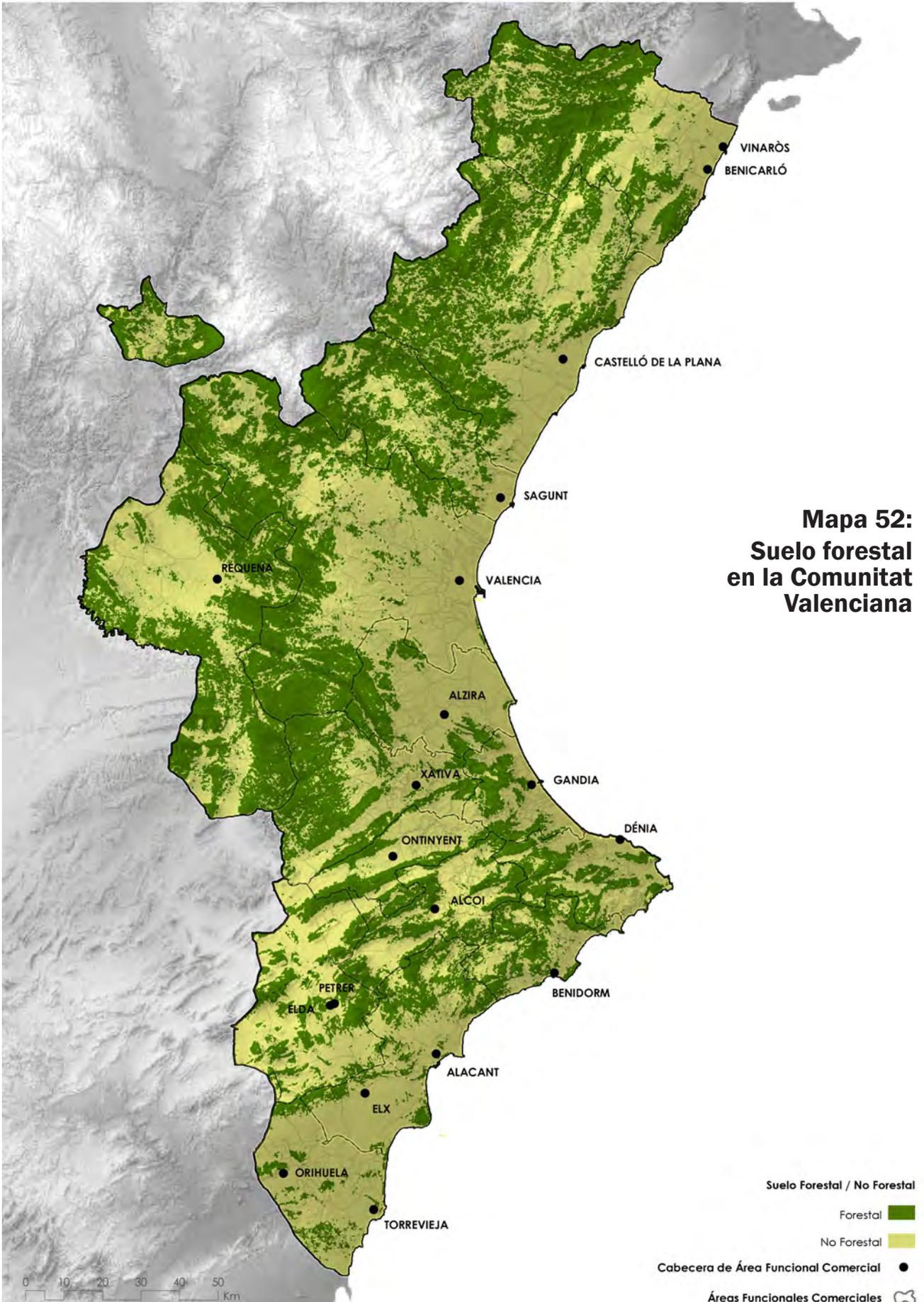




Mapa 50:
Paisajes rurales de gran valor patrimonial de la Comunitat Valenciana

- Paisajes rurales de gran valor patrimonial**
- Regadíos Históricos-Huertas
 - Sistemas marjales tradicionales
 - Paisaje de Olivos Centenarios
 - Paisaje de Piedra Seca
 - Salinas
 - Tierras de vino
- Áreas Funcionales Comerciales**





Por último, en una de las medida de más relevancia para el sector comercial, en su Disposición Adicional Segunda “Sustitución de las bolsas de un solo uso.” Dispone que:

“1. Las administraciones públicas adoptarán las medidas necesarias para promover los sistemas más sostenibles de prevención, reducción y gestión de los residuos de bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable y sus alternativas, incluidas las acciones correspondientes a la condición de la administración como consumidor, a través de las compras públicas.

(...)

3. Se establece el siguiente calendario de sustitución de bolsas comerciales de un solo uso de plástico no biodegradable, tomando como referencia la estimación de las puestas en el mercado en 2007:

- a) Antes de 2013 sustitución del 60% de las bolsas;
- b) antes de 2015 sustitución del 70% de las bolsas;
- c) antes de 2016 sustitución del 80% de las bolsas;
- d) en 2018 sustitución de la totalidad de estas bolsas, con excepción de las que se usen para contener pescados, carnes u otros alimentos perecederos, para las que se establece una moratoria que será revisada a la vista de las alternativas disponibles. La puesta en el mercado de estas bolsas con posterioridad a la fecha mencionada será sancionada (...)

A partir del 1 de enero de 2015 las bolsas que se distribuyan incluirán un mensaje alusivo a los efectos que provocan en el medio ambiente (...)

5. Cuando los envases mencionados en esta disposición pasen a ser residuos de envases sus poseedores deberán entregarlos de acuerdo con los sistemas establecidos en cada caso. (...)”

Comercio de proximidad y local.

Para el conjunto de España, el comercio de proximidad, junto con las actividades hoteleras y de restauración consume el 17% de los productos papeleros. La mayor deficiencia se encuentra en la recogida del cartón del pequeño comercio, que lejos de ser recogido selectivamente se envía al vertedero. Existen cantidades importantes de cartón del pequeño comercio para las que no existe ningún servicio específico de recogida, siendo recogido en su mayoría junto a la basura orgánica y depositado en los vertederos, allí donde no existen sistemas de recogida selectiva.

En mayor medida que el comercio de proximidad, que muchas veces opera de forma independiente y no asociada, lo que dificulta la puesta en marcha de iniciativas como la de la recogida selectiva de los residuos sólidos generados, el conjunto de establecimientos que constituyen el comercio a escala local, suelen estar constituidos como cadenas de distribución extendidas por gran parte del territorio en el que operan.

Por este motivo, suelen contar con políticas de responsabilidad social y ambiental corporativa en base a la cual han desarrollado mecanismos para la reducción de los impactos sobre el medio ambiente, y suelen disponer de mecanismos para la recogida selectiva de residuos sólidos y su transporte a plantas de gestión de residuos.

Comercio de atracción.

Las principales empresas de distribución están empezado a adoptar materiales más ecológicos en sus bolsas, como de plástico reutilizable, bioplásticos, bolsas biodegradables, etc. así como poner en marcha medidas para minimizar el uso de bolsas, como facilitar bolsas reutilizables o cobrar por cada bolsa.

Dado el gran volumen de generación de papel y cartón en este tipo de comercio, su concentración y homogeneidad, y su alta calidad, la práctica totalidad del papel y cartón generado en la gran distribución se está recuperando actualmente, existiendo un circuito logístico y económico con un destacable nivel de eficiencia al respecto.

Efectos sobre la contaminación de las aguas

Determinados subsectores y tipologías comerciales (por ejemplo el de la alimentación), son grandes consumidores de agua. Los vertidos asociados a la actividad comercial no suponen un riesgo ambiental de gran envergadura, ya que en la mayoría de los casos se trata de vertidos asimilables a los de naturaleza doméstica, por lo que pueden incorporarse a la red de alcantarillado público sin necesidad de tratamientos previos.

Dentro de la actividad comercial, los vertidos posibles son:

- Aguas con contaminantes químicos procedentes de las labores de limpieza.
- Posibles fugas accidentales, que sean recogidas de forma indebida.
- Aguas sanitarias de los usuarios de las actividades comerciales.
- Vertido de materia orgánica y grasas, en los comercios dedicados a la alimentación.
- Vertidos generadores de malos olores.

Comercio de proximidad.

La ausencia de elementos contaminantes del agua como subproducto de desecho de la actividad comercial de proximidad y su posibilidad de incorporación a la red de alcantarillado sin necesidad de tratamientos previos ha condicionado en buena medida la falta de concienciación en el sector sobre la posibilidad de reutilización de determinados tipos de aguas así como sobre la posibilidad de desdoblarse las redes de evacuación de aguas dando diferente destino y tratamiento posterior a los diferentes tipos de aguas sucias.

Comercio local y atracción.

El mayor control y nivel de exigencia sobre este tipo de comercio, muchas veces implantado en zonas de reciente urbanización donde ya existe una red de alcantarillado público separativo, ha supuesto un mayor grado de preocupación sobre el destino final de las aguas residuales, con la consiguiente minoración de los impactos sobre el medio.

Efectos sobre la contaminación lumínica.

El desarrollo de la actividad comercial tiene una fuerte incidencia sobre la contaminación lumínica, debido al efecto de los rótulos, señales, carteles publicitarios, iluminación de escaparates, etc.

La iluminación nocturna es hoy en día imprescindible para la habitabilidad humana; la realización de actividades cotidianas, comerciales, industriales o, simplemente, de ocio y esparcimiento, dependen de una correcta iluminación nocturna. Del mismo modo, una adecuada iluminación nocturna contribuye a garantizar la seguridad ciudadana y el tráfico rodado.

Sin embargo, la iluminación nocturna ha terminado convirtiéndose, en muchos casos, en uno de los principales factores contaminantes en las áreas urbanas comerciales. Esta forma de contaminación, afecta a la biodiversidad e incluso en casos extremos al descanso de los ciudadanos, o impide, simplemente, la contemplación del cielo estrellado como actividad de esparcimiento.

La legislación desarrollada en esta materia en los ámbitos urbanos tiende a la regulación del régimen horario del alumbrado exterior, estableciendo, igualmente, condiciones sobre las luminarias y su orientación, así como prohibiciones de iluminación en algunos ámbitos concretos.

Comercio de proximidad.

La incidencia del comercio de proximidad sobre este ámbito se limita, casi exclusivamente, a la iluminación de los escaparates y los rótulos comerciales dispuestos sobre las fachadas de los establecimientos, que puede considerarse como un alumbrado de apoyo o complementario al alumbrado público viario, teniendo un impacto limitado sobre la contaminación lumínica global de los cascos urbanos consolidados donde se localiza este tejido comercial.

Comercio local.

Este tipo de comercio, en la medida en que ocupan en muchas ocasiones edificios de uso exclusivo, que su ubicación puede ser periférica o de borde, que cuentan con mayores elementos publicitarios de reclamo e incluso aparcamientos destinados a sus clientes y poseen horarios comerciales más amplios, tienen una incidencia mayor sobre la contaminación lumínica urbana y suburbana.

Comercio de atracción.

Estos tipos de formatos comerciales de atracción son los que más claramente inciden sobre la calidad lumínica del cielo. En muchas ocasiones se ubican en zonas periféricas, alejadas de núcleos urbanos, allí donde la calidad del cielo nocturno es mayor, por lo que es más evidente la perturbación que generan. Se vinculan en muchas ocasiones a locomotoras de ocio cuyos horarios de funcionamiento son muy amplios e incluso se prolongan hasta bien entrada la noche. Además, poseen grandes aparcamientos en superficie para sus clientes, cuyo alumbrado exterior aumenta la contaminación lumínica general del recinto y suelen contar con grandes elementos de reclamo visual y publicitario que los significan territorialmente desde cierta distancia.

La proliferación de agrupaciones comerciales a lo largo de elementos destacados de la red viaria, tales como algunos parques comerciales, generan importantes focos de concentración de elementos lumínicamente contaminantes, con el agravante de que algunos de ellos se encuentran muy próximos a parajes naturales de gran valor o incluso de Parques Naturales, lo que puede generar un impacto no descartable para la fauna de estos ecosistemas.

Efectos sobre la contaminación acústica.

Los principales elementos causantes de contaminación acústica en el comercio son:

- Las actividades de transporte y manipulación de mercancías.
- El funcionamiento de equipos y maquinaria.
- La megafonía o hilo musical del establecimiento.
- El ruido producido por los usuarios de los establecimientos, incluso el ruido generado por los medios de transporte, tanto de los usuarios como de las mercancías.

Comercio de proximidad y local.

La contaminación acústica derivada de estas actividades comerciales está muy limitada por la normativa existente, que establece importantes limitaciones al ruido producido por tratarse de actividades que se desarrollan en convivencia con el uso residencial. Lo que las normativas no tienen en cuenta es el impacto sonoro de las actividades logísticas asociadas al desarrollo de las actividades comerciales, si bien se realizan en horario diurno, que posee mayor nivel de permisividad.

Comercio de atracción.

Por lo que respecta al comercio de atracción, debe hacerse una distinción entre aquellas superficies comerciales localizadas fuera del ámbito urbano pero asociadas a desarrollos industriales y aquellas que se desarrollan vinculadas a infraestructuras viarias pero dentro de ámbitos suburbanos.

En el primero de los casos, la normativa es más permisiva, pues se trata de zonas productivas industriales alejadas de entornos residenciales urbanos y de enclaves naturales protegidos, mientras que en el segundo de los casos deben ser los instrumentos para la prevención de la calidad ambiental los que establezcan los límites en función de la localización concreta y los posibles valores naturales que se deban proteger.

Incidencia sobre los Espacios naturales.

La Directriz 42 de la ETCV establece los elementos que forman parte de la red de espacios naturales de la Comunitat Valenciana, formada por:

- Espacios naturales protegidos: reserva natural, parque natural, paisaje protegido, monumento natural y paraje natural municipal.
- Espacios protegidos de la Red Natura 2000: Lugares de Importancia Comunitaria (LIC), Zonas Especiales de Conservación (ZEC) y Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA).
- Áreas protegidas por instrumentos internacionales.
- Zonas húmedas catalogadas y cavidades subterráneas catalogadas.
- Zonas periféricas de protección de los espacios naturales protegidos.
- Conectores ecológicos.

Comercio de proximidad y local.

El comercio de proximidad y el local no generan impactos relevantes sobre los espacios naturales ya que se desarrollan en entornos urbanos consolidados y en la periferia de los mismos, por lo que no tienen contacto alguno sobre estos espacios.

Comercio de atracción.

El comercio de atracción desarrollado en grandes áreas comerciales periféricas puede encontrarse en localizaciones limítrofes con los espacios naturales, aunque su incidencia estará muy limitada ya que estos deben contar con áreas de amortiguación de impactos en las que se aplican medidas específicas.

Incidencia sobre los recursos hídricos y la orografía.

El territorio Valenciano posee tres grandes cuencas hidrográficas, Túria, Júcar y Segura, además de muchos otros ríos pequeños y de barrancos que vierten directamente al mar.

La Comunitat presenta un déficit estructural de recursos hídricos que se centraliza fundamentalmente en las comarcas del sur. El balance entre recursos y demandas del último Plan Hidrológico Nacional sitúa el déficit entre 300 y 350 Hm³, en un año pluviométrico medio, al que habría que añadir no menos de 500 hm³ de necesidades de caudal ambiental, gran parte de éste sin satisfacer, explicando el balance hídrico negativo del territorio valenciano.

Comercio de proximidad y local.

El comercio de proximidad y el local no generan impactos relevantes sobre los recursos hídricos ya que se desarrollan en entornos urbanos consolidados y en la periferia de los mismos, en los que existen mecanismos para minimizar el impacto de las diferentes funciones urbanas en el caso de que núcleo de población se encuentre junto a un elemento del sistema hídrico.

Comercio de atracción.

El comercio de atracción desarrollado en grandes áreas comerciales periféricas puede encontrarse en localizaciones limítrofes a elementos que formen parte del sistema hídrico. En cualquier caso, los responsables del control sobre las distintas cuencas hidrográficas imponen limitaciones y condicionantes a la ocupación de los espacios limítrofes, similares a las áreas de amortiguación de impactos antes mencionados.

Por todo ello se puede considerar que la incidencia general de este comercio sobre los recursos hídricos es muy limitada.

Incidencia en el paisaje

La Comunitat cuenta con una gran riqueza paisajística que es la expresión de la biodiversidad de su territorio, legado de su historia y recurso para su desarrollo socioeconómico.

La identificación y catalogación del paisaje integra la identificación y valoración de los elementos naturales, culturales y humanos que lo definen. En este sentido, dentro de nuestro territorio pueden distinguirse diferentes tipos de paisaje: urbanos, hortícolas-citrícolas, agrícola de secano, forestal y litoral.

Por lo que respecta al paisaje urbano, la consolidación de un tejido comercial de proximidad cohesionado y en sintonía con el modelo de ciudad compacta que defiende la mezcla de las diferentes funciones en mismo espacio altamente cualificado y complejo ha contribuido a la puesta en valor y el enriquecimiento de la escena urbana y de los valores paisajísticos y ambientales que representa y aglutina.

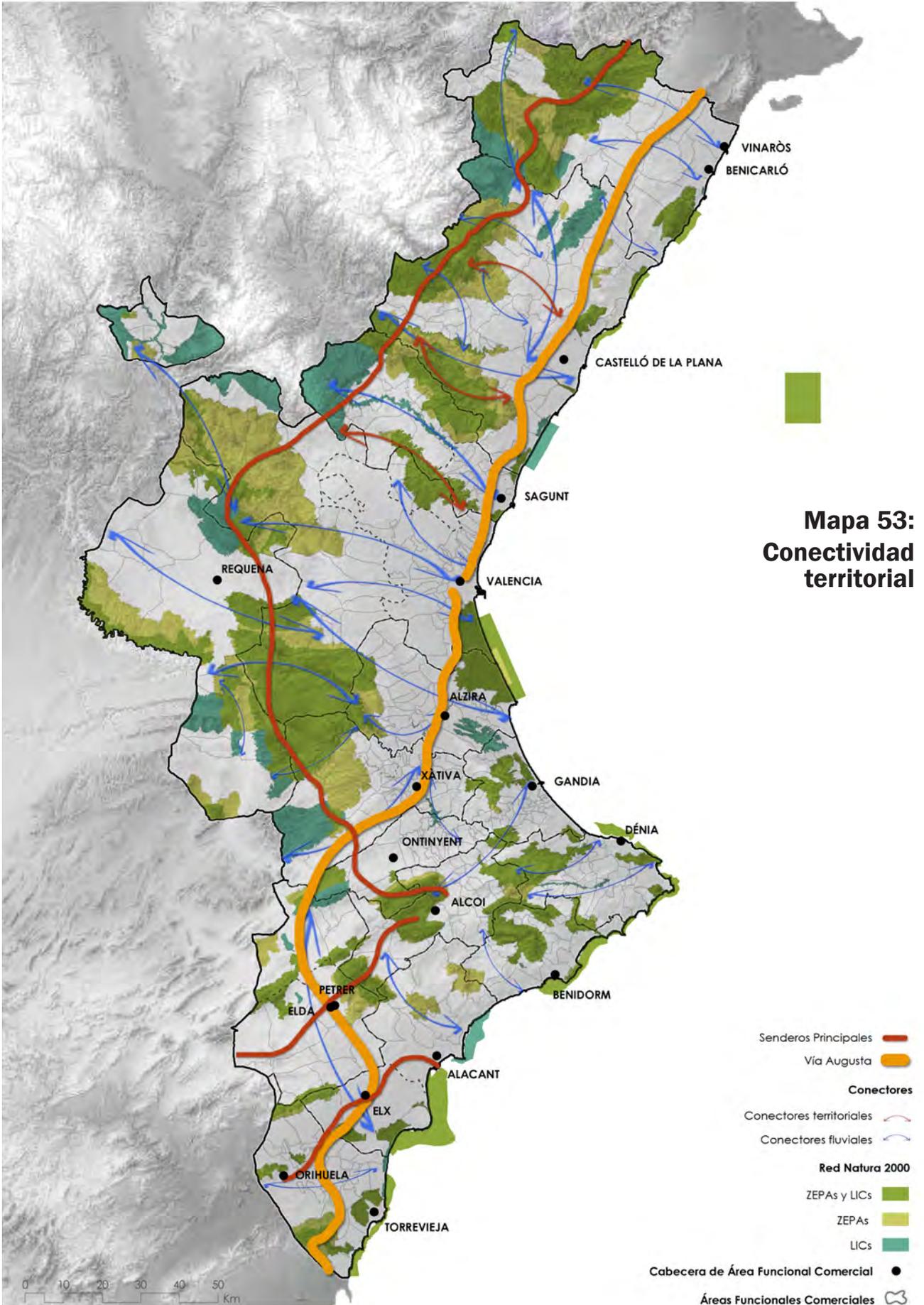
En este sentido, cabe destacar la defensa y potenciación del comercio minorista de proximidad y las acciones paralelas en materia de urbanismo comercial como medida complementaria para la mejora de las condiciones de este tejido comercial.

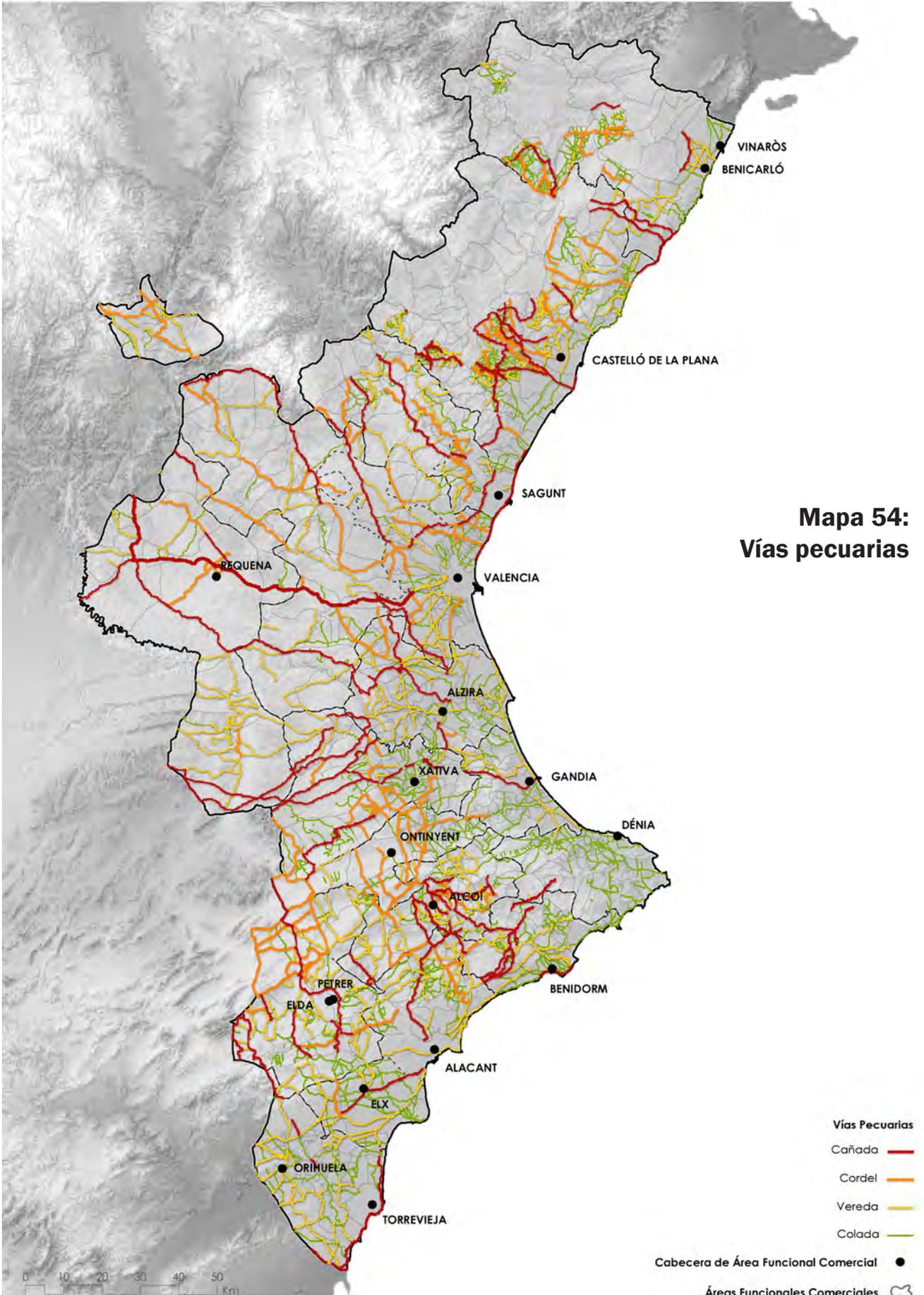
Por medio de los 68 Planes de Acción Comercial puestos en marcha conjuntamente entre los ayuntamientos y la Generalitat se ha logrado potenciar las características propias del espacio urbano multifuncional propio del modelo mediterráneo de ciudad compacta como instrumento para el fomento del comercio cohesionado y respetuoso con el entorno en el que se desarrolla.

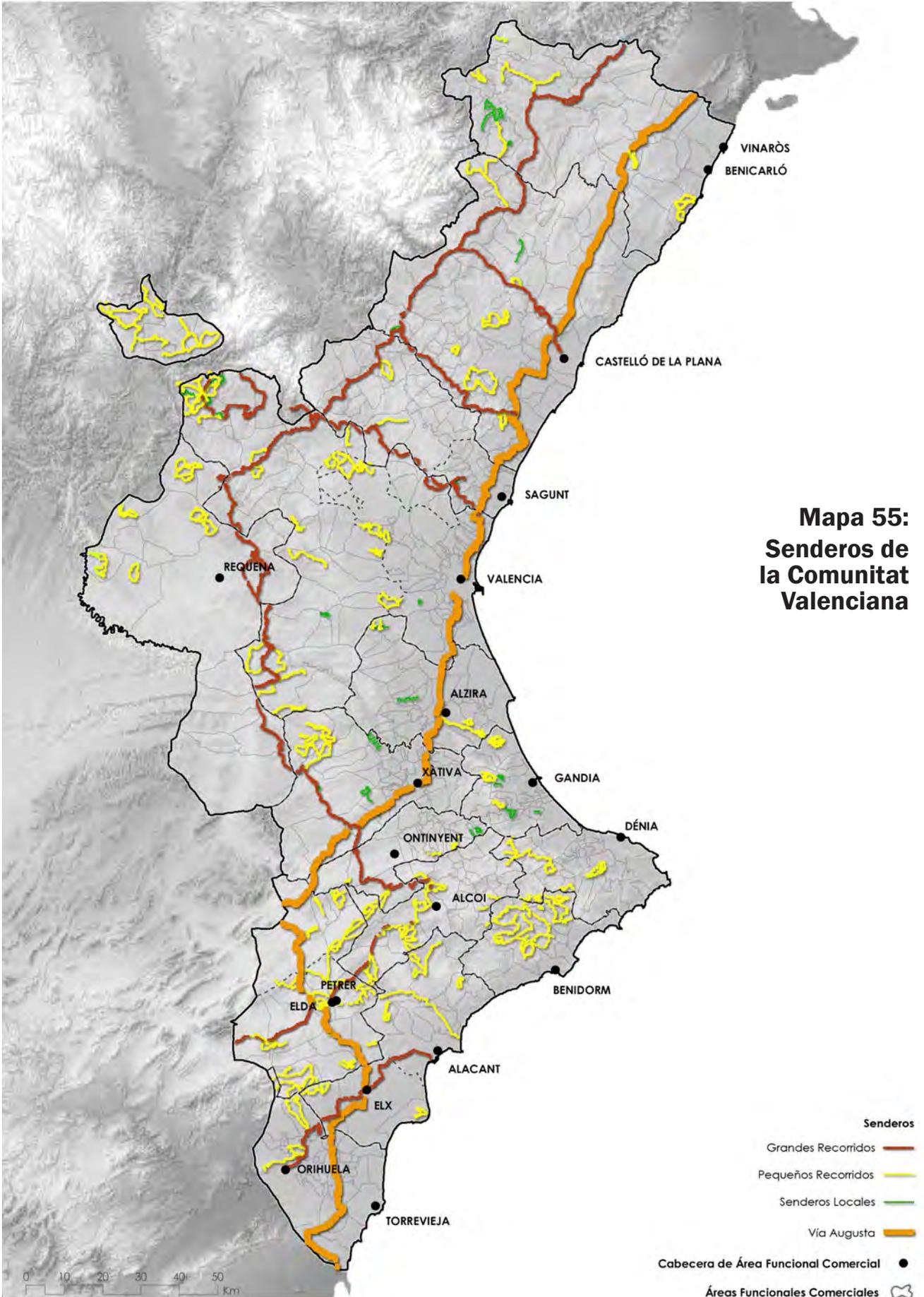
En este sentido, merecen mención ciudades como Gandia, Benicarló, Vinaròs, Xàtiva o Dénia, que poseen cascos urbanos con un tejido comercial minorista muy cohesionado y competitivo, y que han sabido conjugar el desarrollo empresarial y económico local con el respeto y la puesta en valor del entorno urbano en el que se ubican, al cual protegen y potencian desde el desarrollo de su actividad comercial.

Comercio de proximidad y local.

El mantenimiento de un tejido comercial de proximidad y local capaz de satisfacer las necesidades y demandas de los residentes de un área funcional supone un impacto positivo sobre el paisaje urbano, ya que conlleva la puesta en valor del espacio público urbano, accesible, cómodo y atractivo, respetuoso con los valores propios y distintivos del lugar que contribuyen a hacer del comercio urbano algo único y diferenciado.







Comercio de atracción.

En determinadas localizaciones, las dinámicas de ocupación del territorio propias de este tipo de comercio han supuesto un gran impacto negativo sobre los paisajes agrícola, forestal y litoral. La falta de planificación ha llevado a la proliferación de grandes áreas comerciales especializadas localizadas de forma concentrada a lo largo de las redes de transporte viario, o en nodos concretos, generando fricciones con los valores propios y originales de los paisajes en los que se asientan. Además, muchos de estos enclaves poseen grandes valores paisajísticos pero de una gran fragilidad, tales como la fachada o frente litoral, los espacios portuarios históricos, etc.

La falta de atención y la generalmente escasa calidad de la arquitectura comercial generada suponen un gran impacto visual y paisajístico, pues bajo los criterios del ahorro económico y la rapidez de ejecución muchos de estos complejos comerciales desarrollan soluciones más propias del tejido industrial, sin atender a consideraciones estéticas, funcionales o de adaptación al entorno y respeto del mismo.

En otros casos, la asociación entre arquitectura comercial y ocio ha supuesto la creación de espacios artificiales que, por medio de la recreación y la simulación de un espacio idealizado, buscan incrementar las ventas y el nivel de gasto del consumidor, induciendo confort, seguridad y disfrute.

Estos mismos mecanismos, que desprecian los signos distintivos y los valores únicos de cada localización y su cultura local, tienden a la uniformización y globalización de los productos, los formatos y los espacios de relación, con la consiguiente pérdida de valores culturales y patrimoniales.

Incidencia en el sistema rural

El ámbito que conforma el Sistema rural interior (definido en la ETCV) está conformado por 160 municipios (36% del territorio), que acogen una población de 89.682 habitantes (1,8%) con una media de 560 habitantes por municipio. Este sistema cuenta con 1.026 comercios (1,5%) y 58.243 m² (0,8%) de suelo comercial. Frente a los 74 valencianos por comercio de media, en este ámbito existen 87. El índice de dotación comercial es dos puntos por debajo de la media y su índice de superficie comercial es prácticamente la mitad.

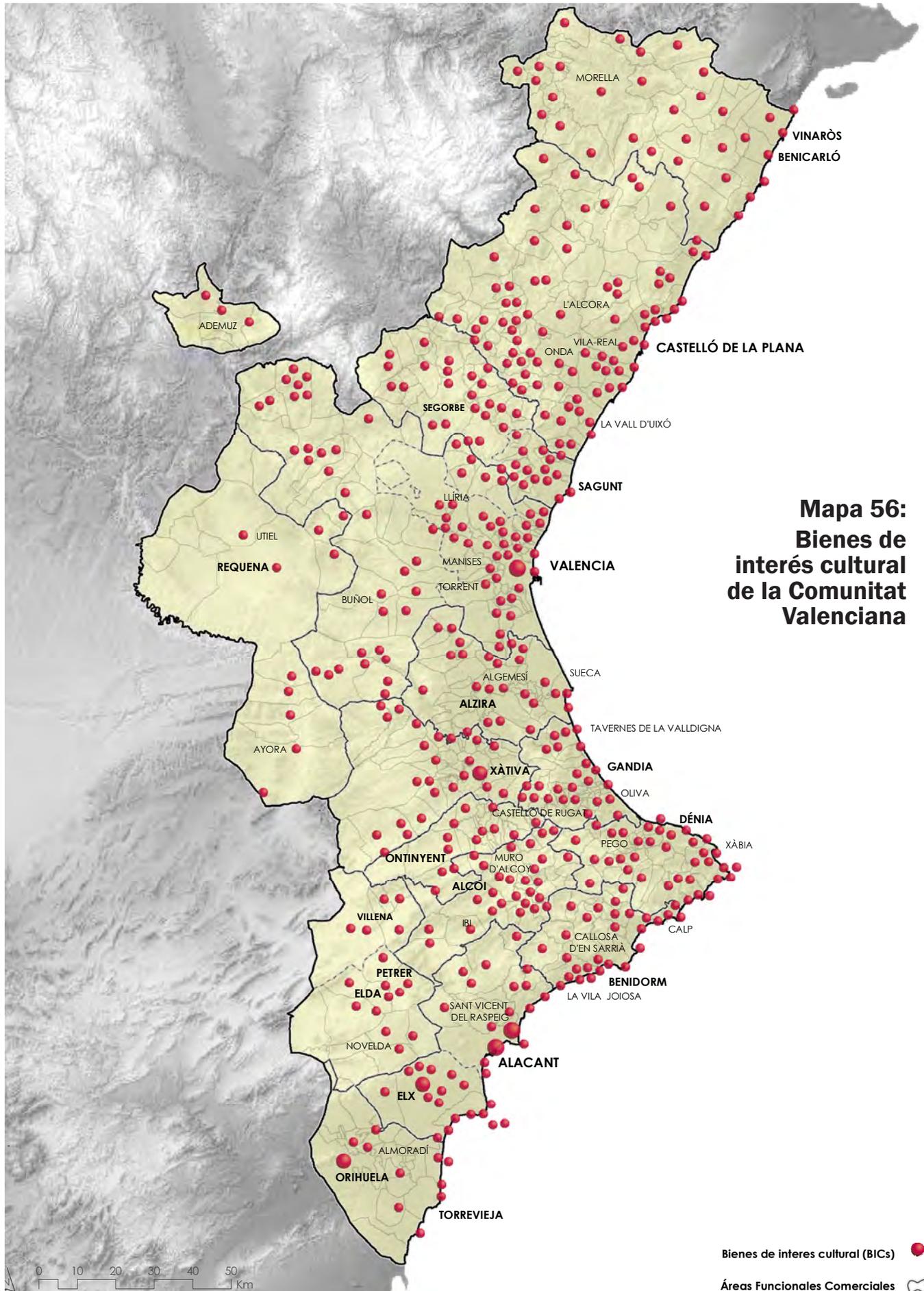
Los territorios rurales de la Comunitat son espacios caracterizados por los déficits de accesibilidad, equipamientos y los marcados procesos de envejecimiento y despoblación.

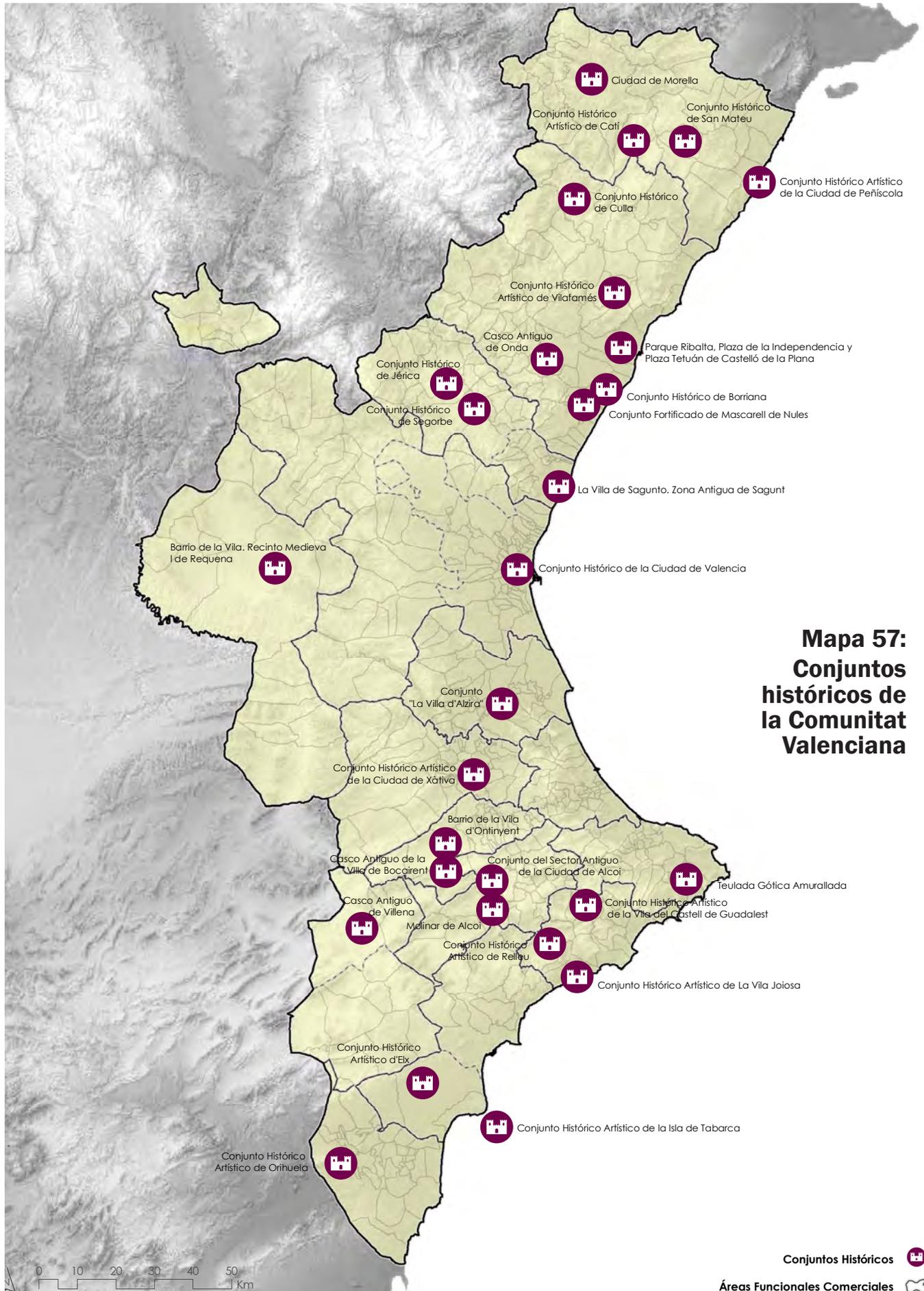
Existen municipios de mayor tamaño, que gozan de mejor accesibilidad y que actúan como centros de prestación de servicios para sus entornos inmediatos. En estos entornos se confirma la tendencia al abandono de las explotaciones agrarias y el aumento de la superficie forestal, si bien las tendencias globales confirman el carácter estratégico de la actividad agraria como modelo productivo y garante del mantenimiento del paisaje.

Sin embargo, se ha despertado un interés creciente por el medio rural, por la puesta en valor de sus signos definitorios y tradicionales, lo que puede servir para la protección de este medio de forma compatible con su modernización y desarrollo, garantizando la permanencia de la población residente estable, necesaria para la cohesión del resto de funciones.

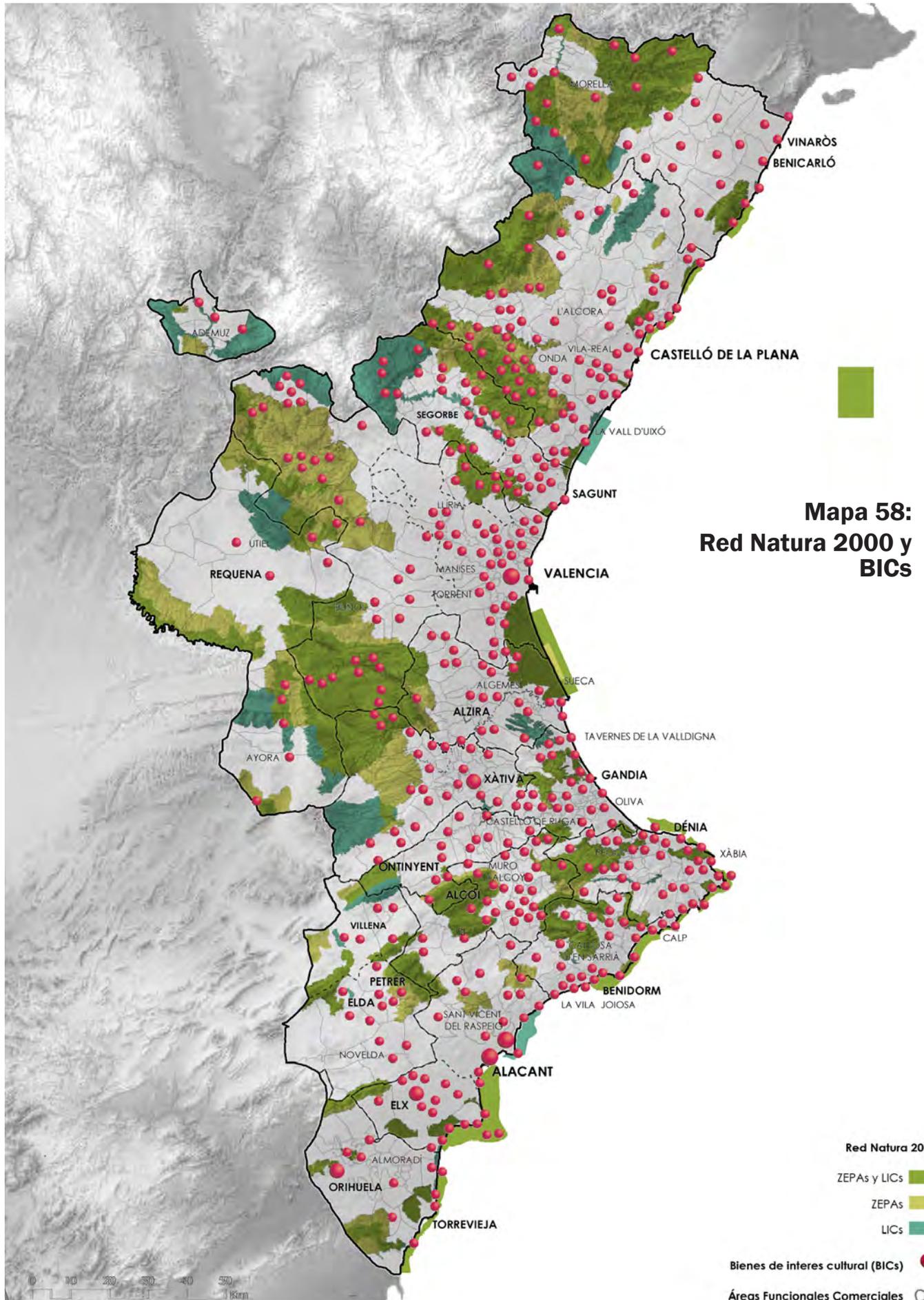
Comercio de proximidad y local.

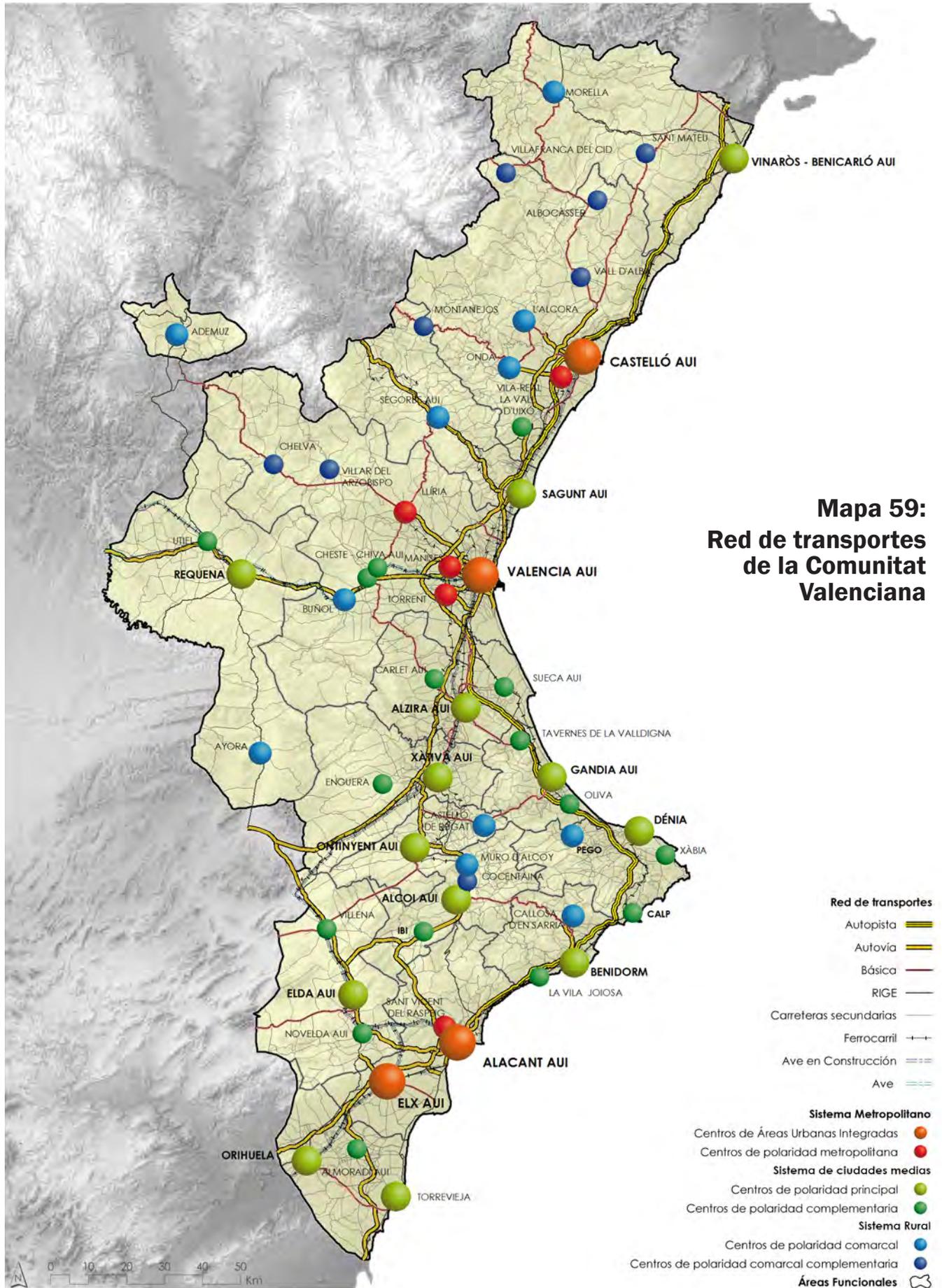
Este tipo de comercio forma parte de la tradición funcional de estos asentamientos, y por lo tanto su impacto es positivo ya que garantiza la existencia de unos servicios básicos de abastecimiento de bienes de consumo.





**Mapa 57:
Conjuntos
históricos de
la Comunitat
Valenciana**





Comercio de atracción.

Independientemente de la incidencia sobre el medio ambiente y el paisaje, la existencia de comercio de atracción dentro del sistema rural contribuye a la creación de polaridades dentro del territorio gracias al carácter de equipamiento que comparte, en ciertas ocasiones, con otras dotaciones comunitarias. Por ello tienen un papel estratégico, como elemento vertebrador de regeneración y refuerzo de la cohesión social.

Además, permiten el acceso a bienes de consumo a poblaciones por lo general desabastecidas debido a la precariedad del comercio de proximidad y local, reduciendo la necesidad de realizar grandes desplazamientos hasta áreas funcionales urbanas donde poder encontrar estos servicios.

Incidencia en el patrimonio cultural.

La Comunitat alberga una amplia muestra de culturas históricas que tienen su reflejo en el patrimonio cultural y en el paisaje. Muestra de ellos son los 955 Bienes de Interés Cultural declarados, cifra que la sitúa en el quinto lugar nacional. No obstante, esta riqueza patrimonial no constituye un factor de dinamización del territorio, ya que la dispersión de los activos patrimoniales obliga al diseño de redes regionales tematizadas para tener una masa crítica y entidad suficiente que genere una oferta integrada y atractiva.

Comercio de proximidad y local.

La incidencia de la actividad comercial de proximidad y local sobre el patrimonio cultural es escasa. Sin embargo, la obsolescencia y la pérdida de funcionalidad de algunos equipamientos comerciales históricos tradicionales que formaban parte del patrimonio cultural tales como mercados municipales, lonjas, molinos, almacerías, etc. han supuesto, en muchos casos, el abandono de tales instalaciones, la degradación y el declive de las mismas, llevando a la pérdida de parte de sus valores originarios o a su desaparición.

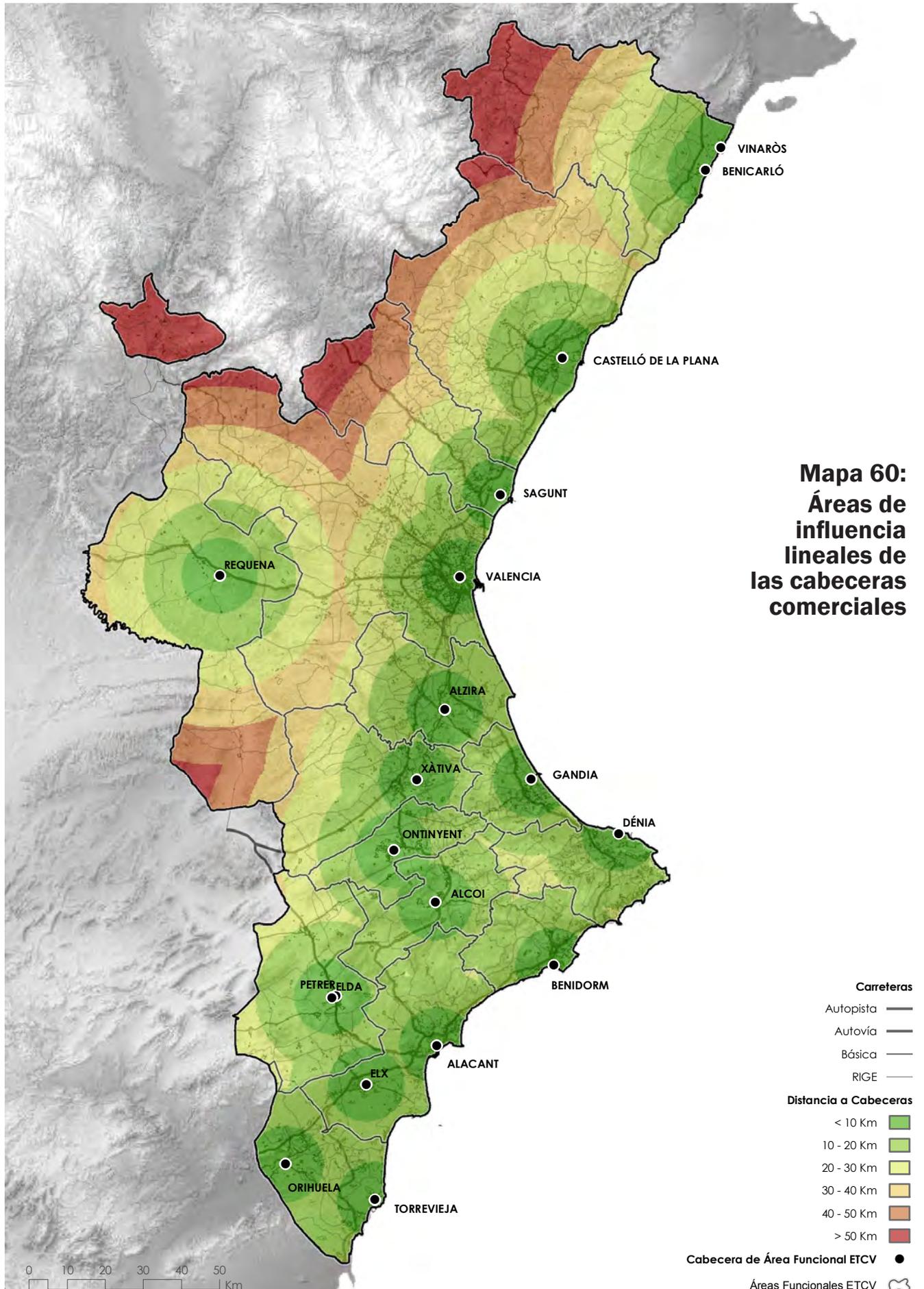
Desde el punto de vista del valor patrimonial ambiental de los conjuntos urbanos históricos, la normativa en materia de protección establece restricciones sobre las actividades que se ubican en dichos entornos protegidos, fomentando aquellas de marcado carácter tradicional y que contribuyen a la puesta en valor del lugar.

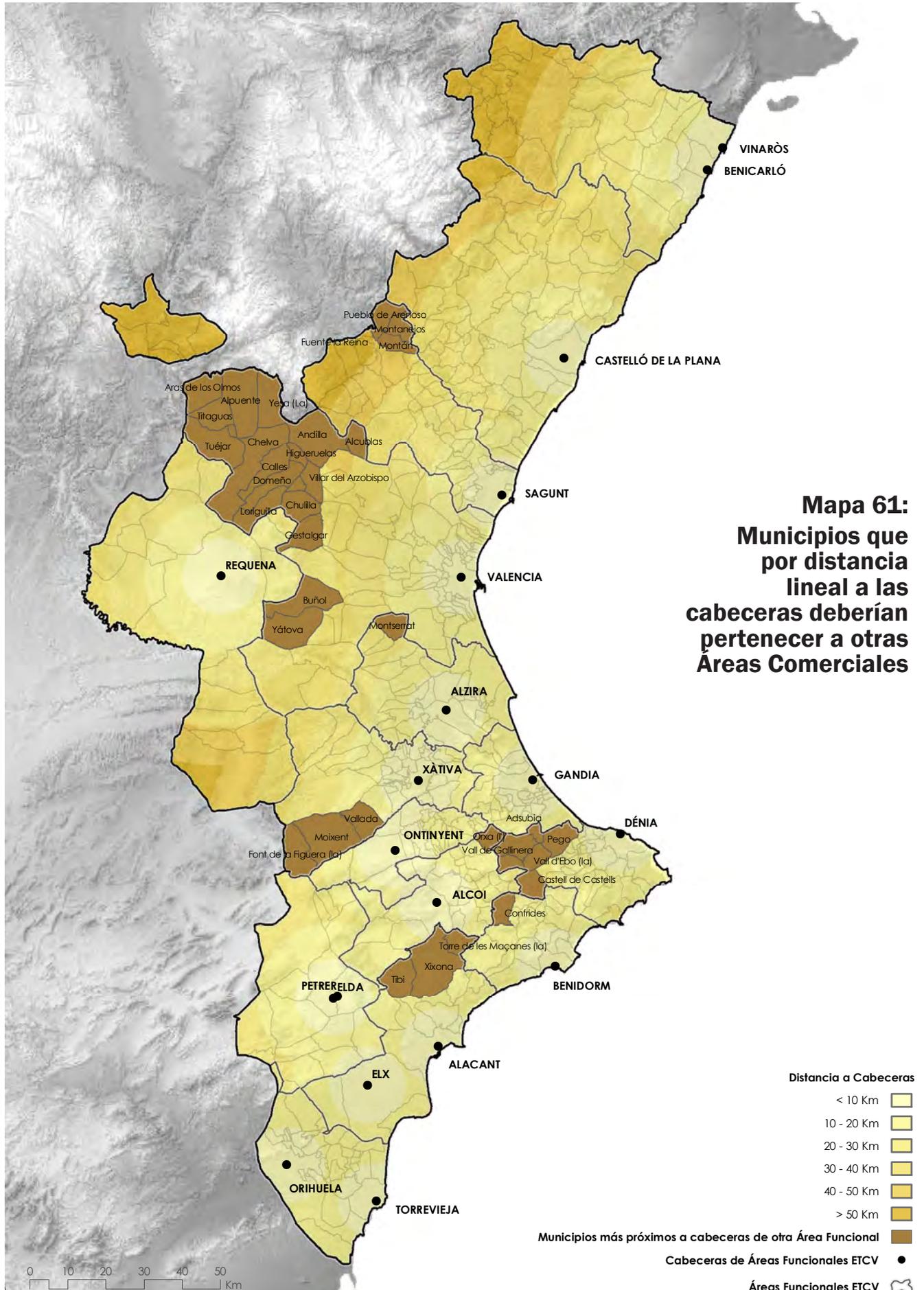
En este sentido, la actividad comercial de proximidad, a pie de calle, posee un conjunto de elementos complementarios de la escena urbana tales como los escaparates, la rotulación, los toldos, los expositores exteriores, la señalética comercial, el mobiliario, etc. cuyo impacto debe ser corregido mediante el desarrollo de ordenanzas que establezcan las condiciones estéticas y formales que deben cumplir estos elementos.

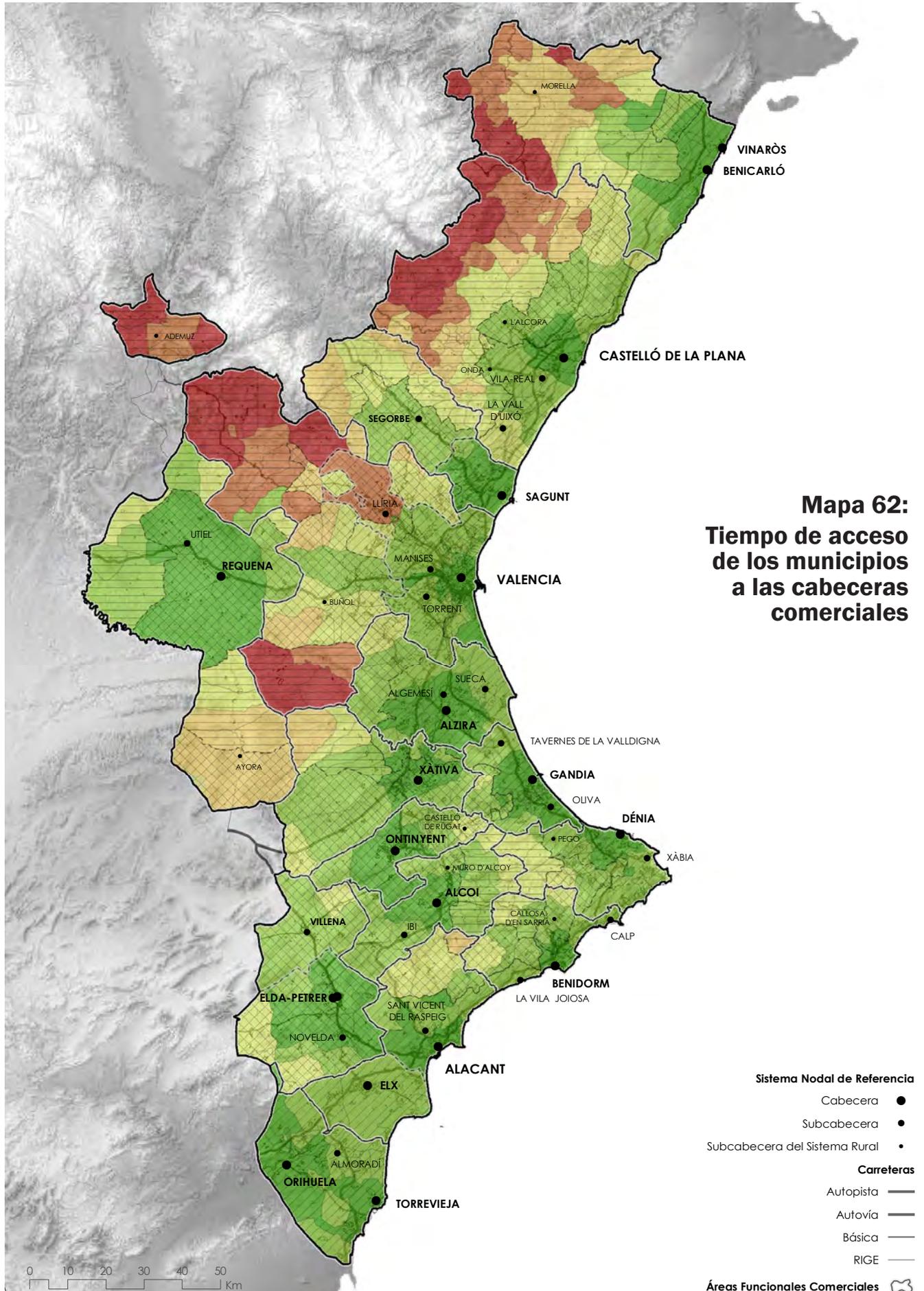
Enclaves urbanos patrimoniales de la Comunitat, como son Peñíscola o Morella, han desarrollado planes especiales de protección en los que se recogen, dentro de sus normas urbanísticas, un conjunto de restricciones relacionadas con la imagen y proyección exterior de los comercios y actividades de restauración que se encuentran en estos ámbitos protegidos. Este conjunto de normas pretenden armonizar los elementos distintivos, publicitarios o de reclamo de los establecimientos con la imagen urbana general protegida o puesta en valor, estableciendo condiciones formales, dimensionales, materiales y estéticas sobre todos los elementos que ocupan la vía pública o resultan visibles desde ella.

Comercio de atracción.

Por lo que respecta a este tipo de comercio, la incidencia sobre el patrimonio cultural es prácticamente nula.







04.2 Incidencia sobre otros elementos estratégicos del territorio.

El sistema de asentamientos.

Por su función estratégica en la organización del espacio, el sistema de ciudades resulta una variable básica tanto en el estudio del territorio como en la política regional. Su interés radica en su función vertebradora del espacio a través de las áreas de influencia, los flujos funcionales, las relaciones socioculturales y los flujos de información que definen las relaciones de las ciudades entre sí y con su contorno.

En una sociedad mayoritariamente urbana, el objetivo fundamental de la calidad de vida se concreta, además de en un medio ambiente adecuado, en una mayor accesibilidad de la población a los equipamientos y servicios que se estructuran en torno a lo que se denomina el Sistema Urbano.

Uno de los activos territoriales más importantes de la Comunitat es la elevada presencia de ciudades medias, muchas de las cuales han mantenido un modelo urbanístico compacto propio de las ciudades mediterráneas, que es conveniente preservar y potenciar.

Comercio de proximidad y local.

El impacto del comercio de proximidad y local sobre el sistema general de asentamientos es claramente positivo en tanto que la existencia de un tejido comercial competitivo y homogéneo vertebrado dentro del sistema policéntrico de ciudades contribuye a la mejora de los entornos urbanos, la eficiencia de la movilidad urbana y mayor vertebración del territorio que permita el reequilibrio económico, social y sostenible.

Comercio de atracción.

El comercio de atracción, por su parte, tiene un impacto igualmente positivo en la medida en que contribuya al enriquecimiento del sistema multifuncional de los asentamientos sobre el territorio. Sin embargo, su proliferación indiscriminada y no reglamentada puede llevar a la aparición de desequilibrios dentro del sistema y a potenciación de sistemas de asentamiento difusos que se han demostrado claramente ineficientes desde el punto de vista de la movilidad e insostenibles desde el punto de vista medioambiental.

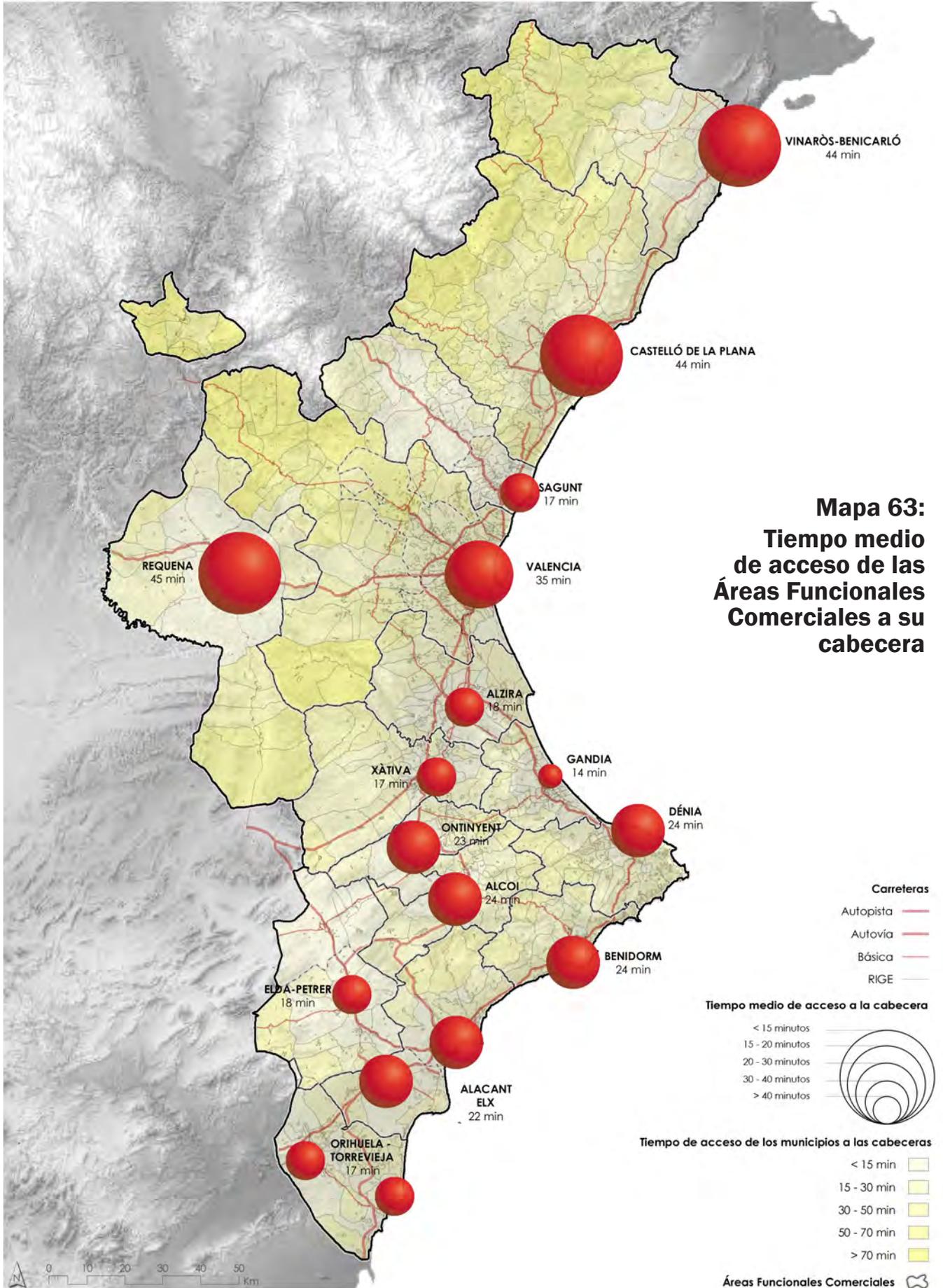
Las infraestructuras viarias.

La actividad comercial es altamente generadora de movilidad, por lo que tiene un impacto muy destacado sobre el conjunto de las infraestructuras viarias.

La consecución de una movilidad sostenible en el conjunto del territorio es uno de los grandes objetivos de la planificación territorial, entendida como la compatibilización de las mejoras de accesibilidad y la minimización de los impactos negativos del transporte.

Por su vocación turística y de predominio del transporte por carretera, las emisiones de CO procedentes del sector transporte han crecido de forma extraordinaria en las últimas décadas.

En 2005 estas emisiones suponían el 32% del total, sólo por detrás de la del sector industrial (43%). Por tanto, es imprescindible la puesta en marcha de planes de movilidad sostenible para promover el uso del transporte público del ferroviario y marítimo de mercancías.



Comercio de proximidad.

El impacto del comercio de proximidad sobre las infraestructuras viarias es bajo, puesto que los hábitos de compra asociados a esta clase de comercio no suponen, en la mayoría de los casos, la necesidad de hacer uso de medios de transporte motorizado, ya sean públicos colectivos o privados por parte de los clientes.

Impacto mayor tienen el conjunto de actividades logísticas de distribución y abastecimiento de mercancías vinculadas a esta clase de comercio. Su localización dentro de tramas urbanas consolidadas y la prestación de estos servicios de forma individualizada por parte de cada intermediario mayorista a cada comercio minorista supone grandes impactos sobre las redes de comunicación locales, que deben de dar servicio simultáneamente al resto de funciones urbanas generadoras de movilidad.

En la medida en que se logre la sistematización de estas operaciones y el aumento de su eficiencia, creando mecanismos que permitan dar servicios integrados dentro de un tejido comercial minorista cohesionado, se podrá reducir el impacto de las operaciones logísticas sobre las redes locales de comunicación.

Comercio local.

Para la valoración del impacto del comercio local debe distinguirse entre la carga ejercida por los usuarios o clientes y la ejercida por las operaciones de logística o abastecimiento.

La mayor capacidad de atracción de esta clase de comercio, su mayor radio de influencia y su mayor vinculación con el concepto de "compra fuerte" o "compra semanal" supone un mayor volumen real de compra y una dependencia mucho mayor de medios de transporte motorizados y, casi exclusivamente, privados.

Además, la tendencia a concentrar esta actividad de compra en momentos muy localizados de la semana e incluso en franjas horarias muy concretas, puede llegar a generar problemas de congestión de determinadas vías de comunicación local que dan acceso a estos establecimientos, localizados preferentemente en centros urbanos o en la periferia urbana.

Merece la pena analizar, utilizando datos del Plan de Acción Comercial para la ciudad de Valencia, los medios de transporte utilizados preferentemente por los usuarios de distintos entornos y polaridades comerciales de la ciudad.

Tomando como ejemplo de comercio local uno de los mercados municipales de la ciudad, se estima que el 60% de la movilidad generada por los usuarios es peatonal, aproximadamente el 15% se realiza en vehículo privado y un 20% en transporte público, correspondiéndose esta última fracción con la cierta capacidad de atracción de este comercio sobre la población del entorno.

Si se analiza la movilidad generada por unos grandes almacenes, la forma en que se distribuye es la siguiente: 40% en vehículo privado, 40% en transporte público y 20% a pie. Su doble consideración como comercio local y de atracción viene significada por gran dependencia de los medios de transporte motorizados, ya que sólo la quinta parte de los usuarios accede a pie, correspondiéndose con la población residente en las inmediaciones.

Por lo que respecta a los principales ejes comerciales de la ciudad, que cuentan con una destacada capacidad de atracción, se puede destacar que únicamente un 15% de la movilidad generada se realiza en vehículo privado, un 14% a pie y un 5% en bicicleta y motocicleta. El resto de la movilidad se realiza por medio de transporte público (36% en metro; 28% en autobús y el resto entre el tren y el taxi).

Las operaciones de logística asociadas a este tipo de comercio tienen un impacto más contenido sobre las redes de comunicación, ya que se suele tratar de cadenas de distribución que poseen sistemas de transporte y plataformas logísticas que realizan estas operaciones de forma mucho más eficiente e integrada que en el caso del comercio minorista de proximidad.

Comercio de atracción.

El impacto sobre las infraestructuras viarias generado por las grandes superficies comerciales de atracción es muy elevado, puesto que condicionan los hábitos de movilidad de sectores importantes de población que acuden a estos establecimientos para satisfacer sus necesidades de abastecimiento familiar semanal o mensual y para disfrutar de las ofertas de ocio y esparcimiento vinculadas a estas áreas.

En este tipo de comercio, con mayor incidencia incluso que en el local, existe una marcada concentración de movilidad en franjas horarias muy determinadas que suponen, en la mayoría de los casos, la congestión de las vías de acceso a estas áreas y de las de salida de las zonas urbanas y residenciales que se encuentran en su área de influencia.

Esta situación de congestión de las infraestructuras viarias se hace evidente en puntos concretos de la red viaria de la Comunitat tales como la autovía A3 en la periferia de la ciudad de Valencia; la Vega Baja alicantina, cerca del límite con la Región de Murcia y bajo la influencia de los centros comerciales murcianos; el acceso sur a la ciudad de Valencia a través de la Pista de Silla en la zona de concentración comercial Silla-Alfajar.

La tendencia a la localización periférica genera la absoluta dependencia del vehículo privado para poder acceder a estos espacios, que en el caso de ubicarse en suelos cuyo destino original era industrial, producen fricciones con las necesidades de movilidad generadas por este sector, ubicado preferentemente junto a importantes nodos o elementos de la red viaria con la intención de evitar interferencias con flujos de tráfico propio de otras funciones urbanas o territoriales.

Tomando de nuevo los datos recogidos por el Plan de Acción Comercial de Valencia, la movilidad generada por los centros comerciales se distribuye de la siguiente manera: casi un 70 % en vehículo privado y apenas un 15 % a pie, repartiéndose el resto entre los diferentes servicios de transporte público.

Modo de transporte de los compradores, según el formato y ubicación del establecimiento destino.				
Modo	Mercado municipal de proximidad	Eje comercial principal de centro ciudad	Gran almacén en centro ciudad	Centro Comercial de periferia
Vehículo privado	20%	15%	40%	70 %
A pie o en bicicleta	60%	19%	20%	15 %
Transporte público (autobús o metro)	15%	64%	40%	15 %
Otros	5%	2%	-	-

Fuente: Plan de Acción Comercial de Valencia, 2009.

Los espacios industriales.

En base a los datos de Corine Land Cover, entre el año 1990 y 2006, el suelo para usos industriales y comerciales creció un 169,6% en la Comunitat Valenciana, frente al 52,6% que lo hizo el suelo residencial y el 84,2% que hizo en conjunto el suelo artificial en la Comunitat Valenciana. Por tanto, el desarrollo de suelo artificial para estos usos no ha estado acompasado con el residencial.

Comercio de proximidad y local.

Su impacto sobre estos suelos es nulo, ya que desarrollan sus funciones en condiciones de incompatibilidad con la actividad industrial o complementarios con el tejido productivo.

Comercio de atracción.

La dinámica ya analizada de localización preferente de grandes superficies comerciales y centros comerciales en suelos de destino industrial genera importantes impactos negativos sobre este sector estratégico.

Amparándose en la compatibilidad de usos y en la ausencia de mecanismos de control sobre el grado de terciarización de las zonas industriales, muchos sectores desarrollados por las administraciones locales para el fomento de la actividad industrial local y la deslocalización de las mismas de los entornos urbanos, se han convertido en continuos comerciales que han supuesto incluso la aparición de conurbaciones monofuncionales a lo largo de redes viarias de comunicación entre distintas áreas urbanas.

Ello supone una pérdida de disponibilidad de suelo industrial, cuyas cuotas de ocupación teórica de suelo a lo largo del territorio de la Comunitat no se corresponden con el índice de desarrollo real de estas actividades productivas.

Ejemplo de ello son, entre otros:

- El polígono industrial Masía de la Cova de Manises, que ha pasado de albergar actividades industriales y logísticas de apoyo al aeropuerto, a convertirse en uno de los principales núcleos de comercio asiático, mayorista y minorista, a nivel nacional.
- La “ciudad del transporte” de Castellón y la de Gandía, ambas creadas como áreas industriales relacionadas con el mundo del motor y con usos comerciales vinculados a la venta de vehículos, que se han convertido en parques comerciales donde proliferan las grandes cadenas de venta de electrodomésticos, bricolaje, deportes, etc.
- En el caso de Torrent, ha sido el Ayuntamiento el que ha decidido modificar el Plan General para poder albergar comercios en sus polígonos industriales “Masía del Juez” y “El Molí”, además de promover la creación de un sector industrial y empresarial, “El Alter”, en el que también se permiten los usos comerciales.
- Por lo que respecta a Dénia, en este caso se ha producido una proliferación de medianas superficies comerciales a lo largo de la carretera de acceso al casco urbano desde Ondara, en el polígono industrial “Partida de Madrigueres”, apoyándose en la compatibilidad de usos y aprovechando las ventajas de una ubicación más económica, con facilidad de accesos y gran visibilidad.
- En ciudades con mayor tejido productivo, como las relacionadas con el calzado, han proliferado los establecimientos que venden al por menor excedentes de producción, destacando el Parque Industrial de Elche, que se ha posicionado como zona de concentración de “outlet” de productos elaborados por la industria local.

Las infraestructuras básicas.

La implantación de infraestructuras de transporte, agua, energía y telecomunicaciones tienen que hacerse desde el máximo respecto a la protección de los valores ambientales, paisajísticos y culturales del territorio, valorando y minimizando los riesgos y garantizando un suministro equitativo sin ningún tipo de discriminación territorial.

Puede entenderse que la incidencia de la actividad comercial sobre estas infraestructuras es, al menos de forma directa y cuantificable, poco relevante, ya que se han analizado de forma independiente las repercusiones sobre las infraestructuras viarias.

La franja litoral.

La Comunitat Valenciana tiene una longitud de costa de 470 kilómetros, de los cuales más del 75% son costas bajas arenosas, de cantos o de restinga y albufera, siendo el resto costas altas o acantiladas. En los 60 municipios del litoral, que suponen el 14% de la superficie de la Comunitat, viven más de 2,6 millones de habitantes, un 55% de la población total que se eleva hasta el 80% cuando se considera la cota 100 metros de altitud sobre el nivel del mar.

El espacio litoral se ha convertido en uno de los activos territoriales más importantes para la Comunitat. Hasta el 15% del PIB regional se genera en la franja de los 500 metros costeros. Pero, además de su importancia desde el punto de vista económico, destacan igualmente sus valores sociales, ambientales y paisajísticos.

Tal y como expresa el estudio de impacto ambiental recogido en el Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana, desde el punto de vista paisajístico, el litoral debe valorarse *“como de calidad media, por las numerosas intervenciones antrópicas que han producido su degradación y pérdida de calidad intrínseca.”*

Esta pérdida de calidad, continúa diciendo, *“viene asociada tanto a los procesos de vulgarización y estandarización de la edificación en los municipios litorales como a otras actuaciones que producen un impacto negativo en el medio.”* Se refiere al conjunto de actuaciones urbanísticas que han supuesto la pérdida de identidad de algunos núcleos tradicionales, con crecimientos de muy baja calidad en la urbanización y la edificación desarrollada, entre las que se encuentran gran parte de los edificios de medianas y grandes superficies comerciales desarrollados en el entorno de las poblaciones litorales.

La misma consideración puede hacerse respecto del comercio de proximidad vinculado a las zonas residenciales turísticas y en pleno contacto con la costa. Su ubicación en paseos marítimos y bordes urbanos que concentran buena parte del pequeño comercio estacional vinculado al “turismo de playa” genera impactos negativos sobre los valores paisajísticos y ambientales de la franja litoral, los cuales, precisamente, le sirven de sustento.

Matriz general de impactos. Valoración previa.

	Infraestructura verde	Comercio de proximidad	Comercio local	Comercio de atracción
Medio ambiente	Emisiones y contaminación atmosférica	-	-	--
	Generación de residuos comerciales	--	-	-
	Contaminación de las aguas	=	=	=
	Contaminación lumínica	=	=	-
	Contaminación acústica	=	-	-
Espacios naturales	=	=	=	
Recursos hídricos	=	=	=	
Paisaje	+	=	-	
Sistema rural	++	+	-	
Patrimonio cultural	=	=	=	
Sistema de asentamientos	++	++	-	
Infraestructuras viarias	=	-	--	
Espacios industriales	=	-	--	
Infraestructuras básicas	=	=	=	
Franja litoral	-	-	-	

Leyenda:

-- Impacto muy negativo - Impacto moderadamente negativo = Impacto despreciable + Impacto moderadamente positivo
++ Impacto muy positivo

04.3. Alternativa cero.

La alternativa o escenario cero pretende llevar a cabo una descripción del escenario futuro previsto de la actividad comercial en la Comunitat, desde el punto de vista de los impactos que genera, y basado en las tendencias actuales, suponiendo la no entrada en vigor del futuro Plan de Acción Territorial.

Tal y como se ha indicado, la situación actual del sector comercial genera interacciones con los elementos que integran la infraestructura verde y el resto de elementos estratégicos del territorio cuyos efectos son escasos o prácticamente nulos en algunos casos, y de muy distinto signo en otros, dependiendo del tipo de tejido comercial y del ámbito territorial en el que se desarrollen.

Analizando en primer lugar el impacto sobre el medio ambiente, la existencia de abundante legislación y eficaces mecanismos de control sobre los efectos de las actividades económicas productivas sobre el medio garantiza la ausencia de efectos negativos considerables sobre la contaminación de las aguas y la contaminación acústica.

Por lo que respecta a la contaminación lumínica, no existe normativa específica de aplicación, aunque es muy previsible el desarrollo de medidas para su control y reducción a corto plazo. En cualquier caso, sólo el comercio de atracción genera impactos considerables en este aspecto.

Los campos sobre los que el desarrollo de la actividad comercial puede generar mayores impactos negativos son, por una parte, los relacionados con las emisiones y contaminación atmosférica asociados a la movilidad generada, ya que las dinámicas de creación y ocupación de suelo comercial han venido perpetuando modelos expansivos y dispersos altamente dependientes de la movilidad motorizada. Por otra parte, son destacables los impactos que esta actividad tiene sobre la generación de residuos, ya que no existe concienciación suficiente ni normativa que imponga el cumplimiento de medidas encaminadas a la reducción en la generación de residuos.

El conjunto de los espacios naturales y recursos hídricos poseen un grado de protección tal que los impactos que el desarrollo de la actividad comercial pudiera generar sobre ellos son prácticamente nulos.

El desarrollo de una consideración proteccionista sobre los valores paisajísticos del territorio, desde una muy amplia consideración, conducirá en un futuro a minimizar el impacto de las infraestructuras del comercio sobre el paisaje y a corregir las agresiones que los asentamientos comerciales han ocasionado durante los años de mayor crecimiento, tal y como indican los instrumentos de protección.

En los casos puntuales en los que la actividad comercial haya podido ejercer efectos negativos sobre el patrimonio cultural, la irreversibilidad de las perturbaciones ocasionadas sobre los bienes patrimoniales imposibilita que la existencia en la actualidad de una legislación y protección al respecto pueda recuperar los bienes o valores dañados. En este sentido, únicamente puede afirmarse que en el futuro, el impacto negativo del comercio sobre estos elementos será cada vez menor, llegando incluso a cambiar de signo, convirtiéndose en favorecedor y potenciador de los valores de los elementos patrimoniales.

Las actuales dinámicas de creación de suelo comercial polarizado entre comercio urbano y comercio de periferia no hacen sino evidenciar la dinámica general que gobierna el sistema general de asentamientos sobre el territorio. Esto supone que el comercio de proximidad aumentará previsiblemente sus impactos positivos sobre los tejidos urbanos consolidados, multifuncionales y compactos y que el comercio de atracción aumentará los impactos negativos sobre la periferia, contribuyendo a la perpetuación de modelos extensivos, monofuncionales e insostenibles.

El desarrollo de asentamientos residenciales fuera de los ámbitos urbanos consolidados supone la pérdida de compacidad territorial y el aumento de la movilidad generada, así como la disgregación del tejido comercial, lo cual supone una pérdida de competitividad.

Este modelo territorial supone, además, impactos negativos sobre el empleo, la riqueza territorial y una merma de las condiciones de vida y la cohesión social.

Los impactos negativos sobre las infraestructuras viarias pueden suponerse tendencialmente mayores en la medida en que no se desarrollen herramientas de control ni una verdadera concienciación social sobre la necesidad de reducir la movilidad motorizada en términos absolutos. Por lo tanto, el escenario previsto está marcado por la saturación de las vías de acceso a las grandes polaridades comerciales y de ocio.

En relación con esto, la localización indiscriminada de actividades comerciales de atracción en suelo industrial, aumenta el impacto negativo sobre las infraestructuras viarias y sobre el tejido industrial local, ya que la ausencia de control y limitaciones sobre la dispersión de actividades comerciales en polígonos industriales indica el futuro aumento de los impactos negativos sobre los espacios industriales.

04.4. Recopilación de la principal normativa de aplicación.

Infraestructura verde: Medio ambiente, espacios naturales, paisaje, sistema rural y patrimonio cultural.

Planificación y ordenación del territorio

- LEY 4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje.
- Ley 16/2005, de 30 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, Urbanística Valenciana.
- Ley 10/2004, de 9 de diciembre, de la Generalitat Valenciana de Suelo No Urbanizable.
- DECRETO 67/2006, de 19 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística.
- DECRETO 1/2011, de 13 de enero, del Consell, por el que se aprueba la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO 166/2011, de 4 de noviembre, del Consell, por el que se modifica el Decreto 1/2011, de 13 de enero, del Consell, por el que se aprobó la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO LEY 2/2011, de 4 de noviembre, del Consell, de Medidas Urgentes de Impulso a la Implantación de Actuaciones Territoriales Estratégicas.

Control de la contaminación atmosférica y gestión de residuos.

- DIRECTIVA 2008/50/CE relativa a la calidad del aire ambiente y a una atmósfera más limpia en Europa.
- REGLAMENTO (CEE) 86/3528 del Consejo, de 17 de noviembre sobre protección de los bosques.
- Directiva 2008/50/CE relativa a la calidad del aire ambiente y a una atmósfera más limpia en Europa.
- DIRECTIVA 2000/76/CE relativa a la incineración de residuos.
- DIRECTIVA 89/429/CEE relativa a la reducción de la contaminación procedente de instalaciones existentes de incineración de residuos municipales.
- DIRECTIVA 89/369/CEE relativa a la contaminación procedente de nuevas instalaciones de incineración de residuos municipales.

- REAL DECRETO 508/2007 por el que se regula el suministro de información sobre emisiones del Reglamento E-PRTR y de las autorizaciones ambientales integradas.
- REAL DECRETO 117/2003 sobre limitación de emisiones de compuestos orgánicos volátiles debidas al uso de disolventes en determinadas actividades.
- Ley 16/2002 de prevención y control integrados de la contaminación.
- DECRETO 161/2003 por el que se designa el organismo competente para la evaluación y gestión de la calidad del aire ambiente en la Comunitat Valenciana y se crea la Red Valenciana de Vigilancia y Control de la Contaminación Atmosférica.
- DECRETO 127/2006 por el que se desarrolla la Ley 2/2006, de 5 de mayo, de la Generalitat, de Prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- LEY 2/2006 de Prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- LEY 10/2000 de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO 317/1997 por el que se aprueba el Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- ORDEN de 14 de julio de 1997 por la que se desarrolla el Decreto 240/1994, de 22 de noviembre, del Gobierno Valenciano, por el que se aprueba el Reglamento Regulador de la Gestión de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO 32/1999 por el que se aprueba la modificación del Plan Integral de Residuos de la Comunitat Valenciana.
- Decreto 127/2006 por el que se desarrolla la Ley 2/2006 de 5 de mayo de la Generalitat, de prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental.
- Decreto 40/2004 por el que se desarrolla el régimen de prevención y control integrados de la contaminación en la Comunitat Valenciana.
- Directiva 94/62/CE, relativa a los envases y residuos de envases. Directiva 2004/12/CE por la que se modifica la anterior Directiva.
- Ley 22/2011, de 28 de julio, de residuos y suelos contaminados.
- R.D. 252/2006, de 3 de marzo, por el que se revisan los objetivos de reciclado y valorización establecidos en la Ley 11/1997.
- Orden de 5 de diciembre de 2002, de la Conselleria de Medio Ambiente, por la que se regula el modelo de la Declaración Anual de Envases y Residuos de Envases.

Control de la contaminación acústica.

- Directiva 2002/49/CE sobre evaluación y gestión del ruido ambiental.
- REAL DECRETO 1675/2008 por el que se modifica el Real Decreto 1371/2007, de 19 de octubre, por el que se aprueba el Documento Básico «DB-HR Protección frente al ruido» del Código Técnico de la Edificación y se modifica el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.
- REAL DECRETO 1371/2007 por el que se aprueba el documento básico «DB-HR Protección frente al ruido» del Código Técnico de la Edificación y se modifica el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.
- REAL DECRETO 1367/2007 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.

- REAL DECRETO 1513/2005 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del ruido, en lo referente a la evaluación y gestión del ruido ambiental Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido.
- Ley 37/2003 del Ruido.
- Real Decreto 1513/2005 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a evaluación y gestión del ruido ambiental.
- Real Decreto 1367/2007 por el que se desarrolla la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, en lo referente a zonificación acústica, objetivos de calidad y emisiones acústicas.
- Ley 7/2002 de protección contra la contaminación acústica de la Generalitat Valenciana.
- Decreto 104/2006 de planificación y gestión en materia de contaminación acústica.

Recursos hídricos

- Decreto 94/1984 por el que se establecen las directrices del Plan de Actuación de Infraestructura Hidráulica Urbana de la Generalitat Valenciana.
- DECRETO 78/2005 por el que se aprueba definitivamente el Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial de Corredores de Infraestructuras de la Comunitat Valenciana.
- Real Decreto 849/1986 por el que se aprueba el Reglamento del Dominio Público Hidráulico.
- Real Decreto 1315/1992 por el que se modifica parcialmente el Reglamento del Dominio Público Hidráulico.
- Real Decreto 484/95 sobre medidas de regularización y control de vertidos.
- Real decreto Legislativo 1/2001 texto refundido de la Ley de Aguas.

Paisaje

- Directiva 2003/35/CE del Parlamento Europeo, por la que se establecen medidas para la participación del público en la elaboración de determinados planes y programas relacionados con el medio ambiente y por la que se modifican, en lo que se refiere a la participación del público y al acceso a la justicia, las directivas 85/337/CEE y 96/61/CE del Consejo.
- Directiva 2003/4/CE del Parlamento Europeo, relativa al acceso del público a la información medioambiental y por la que se deroga la Directiva 90/313/CEE del Consejo.
- Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo, relativa a la evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente.
- Ley 9/2006, sobre evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente.
- DECRETO 120/2006, de 11 de agosto, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Paisaje de la Comunitat Valenciana.
- Decreto 67/2006, de la Generalitat Valenciana, por el que se aprueba el Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística.
- Ley 16/2005, de 30 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, Urbanística Valenciana.
- Ley 10/2004, de 9 de diciembre, de la Generalitat Valenciana de Suelo No Urbanizable.
- Ley 4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat Valenciana de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje.

Patrimonio cultural

- DECRETO 208/2010. Se establece el contenido mínimo de la documentación necesaria para la elaboración de los informes a los estudios de impacto ambiental a los que se refiere el artículo 11 de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
- DECRETO 169/2007. Culmina la primera fase de actualización y adaptación de la Sección Primera del Inventario General del Patrimonio Cultural Valenciano con la declaración como Bienes de Interés Cultural de determinados bienes inmuebles.
- LEY 5/2007. Modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
- LEY 7/2004. Modificación de la Ley 4/1998, de 11 de junio, del Patrimonio Cultural Valenciano.
- LEY 4/1998. Ley del Patrimonio Cultural Valenciano.

Sistema de asentamientos

- DECRETO 67/2006. Reglamento de Ordenación y Gestión Territorial y Urbanística.
- LEY 16/2005. Ley Urbanística Valenciana.
- LEY 4/2004. Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje.
- DECRETO 6/2004. Se establecen normas generales de protección en terrenos forestales incendiados.
- LEY 10/2004. Ley de Suelo No Urbanizable.
- DECRETO 161/2004. Regulación de los Parajes Naturales Municipales.
- DECRETO 78/2005. Aprueba definitivamente el Plan de Acción Territorial de Carácter Sectorial de Corredores de Infraestructuras de la Comunitat Valenciana.

Infraestructuras viarias

- Anteproyecto de Ley, de la Generalitat, de movilidad de la Comunitat Valenciana.
- Resolución de 10 de marzo del 2010, de la Conselleria de Infraestructuras y Transporte, por la que se crea el ámbito integrado de transporte de Alicante.
- LEY 9/2009, de Accesibilidad Universal al Sistema de Transportes de la Comunitat Valenciana.
- Orden de 31 de julio de 2009, relativa a la prestación de servicios de transporte intermodal de acceso a los recintos aeroportuarios de la Comunitat Valenciana.
- Proyecto de Ley, de accesibilidad universal al sistema de transportes de la Comunitat Valenciana.
- ORDEN FOM/734/2007, por la que se desarrolla el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres en materia de autorizaciones de transporte de mercancías por carretera.
- Real Decreto 1225/2006, por el que se modifica el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres, aprobado por Real Decreto 1211/1990, de 28 de septiembre.
- Real Decreto 1211/1990, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres.
- Ley 16/1987, de Ordenación de los Transportes Terrestres.

Espacios industriales

- REGLAMENTO (CE) No 761/2001 por el que se permite que las organizaciones se adhieran con carácter voluntario a un sistema comunitario de gestión y auditorías medioambientales.
- Real Decreto 2200/1995 por el que se aprueba el Reglamento de la Infraestructura para la Calidad y la Seguridad Industrial.
- Real Decreto 411/97 por el que se modifica el Real Decreto 2200/95, de 28 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento de la Infraestructura para la Calidad y Seguridad Industrial.

Franja litoral

- DECRETO 176/1999, de 5 de octubre, del Gobierno Valenciano, por el que se regula la modificación del Plan de Puertos e Instalaciones Náutico-Deportivas de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO 162/1986, de 22 de diciembre, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se regula la formulación del Plan de Puertos e Instalaciones Náutico-Deportivas de la Comunitat Valenciana.
- DECRETO 92/1985, de 25 de junio, del Consell de la Generalitat Valenciana, por el que se regula el ejercicio de competencias en materia de puertos.
- Real Decreto 1112/1992 por el cual se modifica parcialmente el Reglamento General de Costas.
- RESOLUCIÓN de 17 de febrero de 2006, del conseller de Territorio y Vivienda, por la que se somete a información pública el Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana.